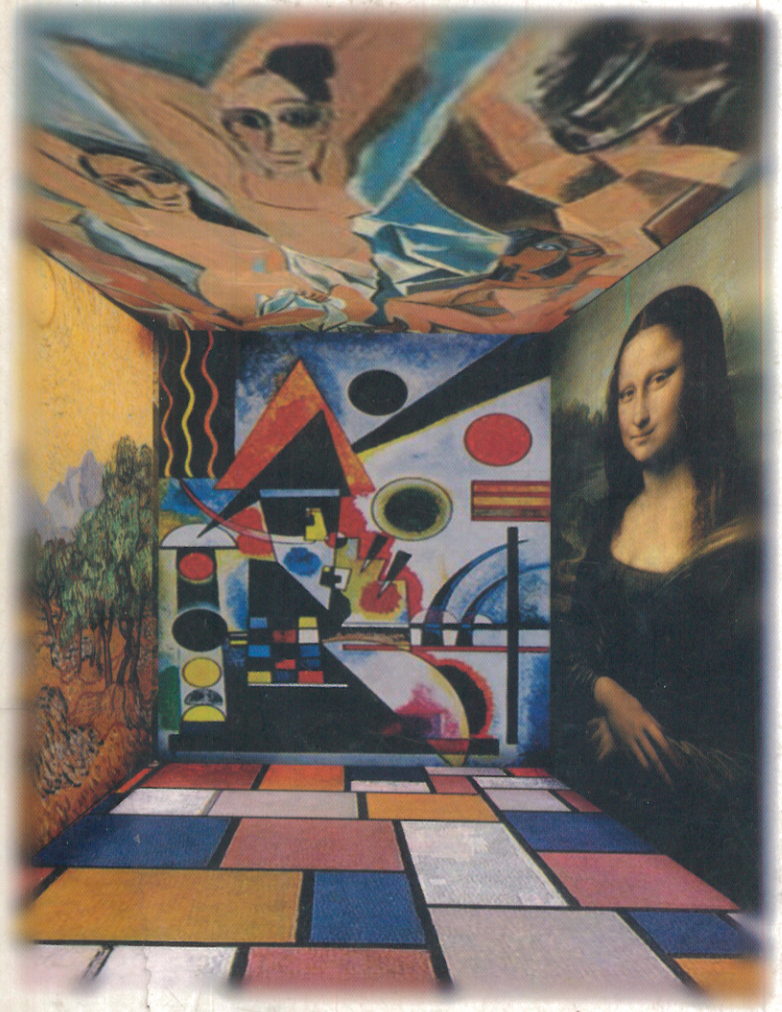
Los conceptos esenciales de las artes plásticas

Juan Acha



Ediciones Coyoacán

ARTE

Primera edición: 1997, Ediciones Coyoacán, S. A. de C.V.
Segunda edición: 2006

RVA
N
69
P8
A3V

Reservados todos los derechos conforme a la ley

© Mahia Biblos
©Ediciones Coyoacán, S. A. de C. V.
Av. Hidalgo No. 47-b, Colonia del Carmen
Deleg. Coyoacán, 04100 México, D. F.
Tels. 5659•7117 y 5659•7978 Fax 5658•4282
Email: edicoyoa@yahoo.com.mx

ISBN 970-633-113-1

Impreso y hecho en México
Printed and made in Mexico

C-12462

313122

Introducción

Las artes son conceptos. Al fin y al cabo constituyen hechuras humanas, esto es, sistemas culturales. Como tales van de generación en generación y cada una varía los conceptos de acuerdo con sus necesidades históricas. Es por esto que en toda época y tiempo encontramos una formación artística, vale decir, una coexistencia de conceptos (o modos viejos y nuevos) residuales, dominantes y emergentes. En otras palabras, en la medida en que van emergiendo nuevos conceptos, unos van quedando como residuos del pasado, mientras otros van dominando la situación. Entre una y otra generación los cambios se radicalizan. Ejemplo: cuando en Europa las artes feudales se tornaron renacentistas, en Latinoamérica las precolombinas pasaron a ser coloniales.

Hoy vivimos épocas de cambios profundos. Los conceptos de arte que la cultura occidental oficial difundió por el mundo e impuso como esenciales y únicos valederos, zozobran en la actualidad por doquier. Zozobran ante las profundas diferencias estéticas que hay entre los continentes, entre las culturas y entre los países. Las nuevas generaciones de la Europa fecunda cuestionan tales conceptos, y buscan renovarlos según sus actuales realidades colectivas. Como siempre, la cultura occidental auténtica se rebela con-

tra la oficial. Con mayor razón, nosotros, los latinoamericanos, hemos de redefinir las artes de acuerdo con nuestras realidades. En suma, los conceptos artísticos occidentales de épocas preindustriales, periclitan en tiempos del posindustrialismo.

¿Qué hacer entonces? ¿Cómo redefinirlos?

La mejor respuesta viene a ser la adopción de criterios realistas y actualizados, para así obviar las cortedades del pasado. Cortedad principal fue siempre tomar el fenómeno sociocultural de cada arte como un fardo cerrado y unitario. Por tanto, hemos de proceder como quien se dispone a comer una naranja: dividirlo en partes. Así cumpliremos a la vez con la segunda regla del método cartesiano: dividir la realidad que se quiere analizar en el mayor número posible de componentes. Diferenciar constituyó siempre un paso adelante del pensamiento humano.

Luego hemos de adoptar el criterio relacionista, en lugar del morfológico y del funcional. Lo decisivo son las relaciones en el interior y exterior de los fenómenos o cosas; y no las cosas ni las instituciones, como tampoco las personas. No importa desde dónde comencemos a analizar una realidad. Lo importante es relacionar e ir generando relaciones hasta formar un conjunto complejo de relaciones. El pensamiento actual busca la complejidad y simultaneidad, ya no le basta la sucesión lineal ni la definición simple. Debemos buscar las definiciones centrífugas que van generando más y más relaciones.

Por último, y esto para limitarnos a los criterios más notorios e importantes, no debemos olvidar que las artes son hechuras humanas y, por consiguiente, estamos obligados a centrarnos en las actividades humanas comprometidas y no en los objetos, hoy sobrevalorados por las sociedades consumistas y por las mentalidades colonizadas. A las colonias sólo les estaba permitido recibir los productos de la

metrópoli y no se les permitía emprender procesos o actividades productivas. Y apenas si éstos son subproductos de las acciones humanas.

Con los criterios que acabamos de describir como guías, veremos que entre los conceptos esenciales de las artes cabe diferenciar –siempre diferenciar y diferenciar– los generales, que atañen a las actividades humanas comunes a todos los sistemas culturales o, lo que es lo mismo, a las ciencias, las artes y las tecnologías: la producción, la distribución y el consumo. Actividades básicas de las cuales derivaremos otras igualmente importantes.

Como artes entendemos aquí a los tres sistemas culturales habidos hasta ahora, y que denominamos en orden de su aparición:

1. Las artes prerrenacentistas, precapitalistas, feudales (para Europa), artesanías gremiales (para América Latina) o simplemente artesanías.

2 Artes cultas, eruditas, renacentistas o simplemente artes.

3. Artes tecnológicas, industriales o simplemente diseños.

Para mayor comodidad emplearemos las designaciones: artesanías, artes y diseños.

Para analizar cualquier sistema cultural, consideramos, entre los conceptos generales más eficaces, los cinco siguientes:

I. *La unidad básica:* todo sistema cultural está constituido por tres actividades básicas interdependientes, que cubren todo: producción, distribución y consumo.
II. *La dependencia tripartita:* cada una de las actividades básicas depende del individuo que la realiza, de la sociedad donde él vive y del sistema cultural al que per-

tenece dicha actividad. Naturalmente los tres factores se dan dentro del individuo.

III. *La intervención tripartita:* en cada una de las actividades básicas intervienen los sentidos, la sensibilidad y la razón, variando la primacía de cada factor sobre los otros dos, de acuerdo con la naturaleza de cada actividad, ya sea científica, tecnológica o artística. Señalamos las tres facultades humanas principales, que van junto con las otras funciones psíquicas.

IV. *La interdependencia social:* las artes, las ciencias y las tecnologías, en íntima interdependencia.

V. *La dialéctica teoría/práctica:* se concreta en la relación tripartita: bienes culturales, ciencias que los estudian y su respectivo sistema cultural. Esto quiere decir que todo arte requiere de un cuerpo de teorías para avanzar en sus prácticas y constituir un fenómeno sociocultural completo. Las obras o productos no bastan, sólo constituyen una pequeña parte del fenómeno.

Al lado de los conceptos generales que acabamos de enumerar, y que serán analizados detenidamente, existen tres conceptos fundamentales que hoy son imprescindibles para estudiar las cuestiones estéticas y artísticas. Éstos son:

A. *Lo estético y lo artístico diferenciados,* como el todo de una de sus diferentes partes. Como corolario tendremos la polifuncionalidad de la obra de arte, esto es, que se halla constituida por lo estético, por lo artístico y por el tema que, sustancialmente, no es estético ni artístico.

B. *El concepto de cultura estética* de una sociedad o individuo, con sus ideales y sentimientos estéticos. Esta cultura constituye la fuente y el destino de las artes, y como tal rige nuestro sistema de decisiones prácticas cuando nos falla la razón.

C. Toda cultura estética posee un *sistema de valores*, que son las categorías estéticas diferenciadas de los sentimientos afectivos, los religiosos y los ético políticos, así como de las ideologías.

D. La cultura estética de occidente ha ido generando sucesivamente *tres sistemas productores* de imágenes, acciones y objetos: las artesanías, las artes y los diseños, que hoy coexisten en nuestros países.

Como puede suponer el lector, estos nuevos conceptos esenciales van en contra de una serie de prejuicios muy arraigados, que obstaculizan cualesquiera de las innovaciones conceptuales requeridas por los actuales cambios artísticos. Para desbrozar el camino hacia el análisis de los conceptos esenciales, señalaremos, a continuación, algunas creencias muy difundidas, de cuyas falsedades estamos seguros. Estas falacias han devenido vicios que conciernen directamente a las artes; pero atañen, asimismo, a los otros sistemas de nuestra realidad estética, que son: las artesanías y los diseños.

Los vicios aludidos consisten en creer que el arte es:

a) sucesión de obras y de genios, únicamente;
b) produto natural o facultad humana;
c) hechura sobrenatural;
d) elaboración exclusiva del individuo;
e) belleza y placer tan sólo;
f) un fenómeno de vital importancia para toda sociedad e individuo;
g) y que las artesanías y los diseños son artes aplicadas.

a) En el pasado hubo quizás justas y ocasionales razones para conceptuar al arte como una sucesión de obras de genios. Sin embargo, esta verdad a medias tan cara al positi-

vismo ha devenido hoy un condenable reduccionismo. Como tal, éste distorsiona o amputa la realidad. Hoy, al pensamiento humano le preocupa, más bien, el conjunto de componentes de cada realidad y no uno de éstos, ni aun si corporiza lo específico o sustancial de ella. Protestaríamos, sin duda, si nos presentaran la historia de nuestro país como una mera sucesión de presidentes y de sus obras, pero aceptamos a pie juntillas que así se nos narre la historia del arte. Igual que cualquier país, el arte es mucho más que objetos y que seres aislados. El reduccionismo no es una inocente exageración ni una candorosa equivocación; lo animan motivaciones profundas, tal como formar una falsa conciencia en favor de la primacía del arte occidental en el mundo. La cultura de Occidente se vale para ella de la ruptura de algunos pares dialécticos de la realidad, a saber:

1. La pareja *las partes y el todo* es destruida con la intención de representar integralmente el fenómeno sociocultural del arte por una de sus partes que es el producto, cuya fetichización incita a desdeñar lo más verdadero y vital del hombre: la acción humana. Este desdeño beneficia al consumismo y al capitalismo. Sobre todo, oculta los procesos psicológicos, sociológicos e ideológicos del fenómeno.
2. Se desmorona la unidad *individuo y colectividad* para *vedettizar* al productor, atribuyéndole dones sobrenaturales y pasando por alto las otras causas de toda actividad humana: la sociedad en que vivimos y el sistema cultural a que pertenecen nuestras actividades.
3. Se desintegra el par *presente y pasado*; como consecuencia es exaltada la producción pretérita en perjuicio de la actual y en beneficio de la primacía mundial del arte occidental. Contribuyen a ello la sobrevaloración de la historia del arte, con el consiguiente descuido de la teoría y crítica de arte, disciplinas ocupadas en proveer modos de consumir obras de reciente creación, y de producir conocimientos sobre nuestras realidades nacionales con sus diferencias mutuas.
4. Se deshace el doble *forma y contenido* en beneficio del formalismo, tan provechoso para la estetización de los productos industriales.
5. El duplo *nacional e internacional* (lo particular y lo general) se desbarata, para así privilegiar los valores internacionales, vale decir, los de los centros mundiales del arte, por cierto, todos occidentales. Como resultado se menosprecian los valores locales, dando por inútil la producción de conocimientos de nuestras realidades nacionales estéticas y artísticas, así como la elaboración de valoraciones según nuestros intereses colectivos.

b) La afirmación de que el arte es un producto natural o una facultad humana, fomentó siempre el muy difundido *naturalismo roussoniano*: el hombre nace "angelical" y crece sabiendo consumir arte. En realidad se alude al consumo estético obligatorio para todo hombre, por poseer éste una sensibilidad como facultad humana. Las artes en el concepto occidental del término, distan mucho de corporizar una facultad humana: son productos culturales al igual que las ciencias y las tecnologías. Artes y ciencias, al ser hechuras del hombre, provienen de dos facultades humanas: la sensibilidad y la razón, respectivamente. La facultad humana es una potencialidad, aptitud, o capacidad innata, y no una permanente realidad concreta. Su concreción es histórica y social; esto es, cambiante.

El consumo estético constituye un producto ambiental y forzoso, mientras el artístico es opcional y requiere una educación apropiada y previa, por ser el arte racional además de sensitivo, con respecto al contenido estético de

sus obras. Todo hombre puede reaccionar sensitivamente ante cualquier obra de arte y manifestar me gusta o me disgusta. Pero permanecerá mudo ante lo artístico del arte. Es más, las sensibilidades de una cultura determinada tendrán dificultades para percibir, incluso, lo estético valioso de las artes de otras culturas.

El *naturalismo roussoniano* convalida la ideología carismática señalada por Pierre Bourdieu (1971, p. 70) como una trampa favorable al dominio de una clase social sobre otras. Porque al ser natural la actividad de consumir arte, habrá sensibilidades malas y buenas, idóneas e incapaces. Es así como el hombre común considerará mala o inferior la suya, al no entender ni sentir las obras de arte que el Estado suele poner a su alcance en un gesto aparentemente democrático. En consecuencia, sobrevalorará la capacidad de la clase alta que las sabe consumir. La supondrá privilegiada con un carisma. Se le oculta la verdadera razón: que los miembros de esta clase social han podido pagar una educación artística. Además, se suscita en toda sociedad una división técnica de intereses artísticos de consumo, porque no le es posible consumir todas las artes con igual capacidad. El sistema capitalista elitiza al consumidor, adjudicándole superioridad humana. El *naturalismo* de marras legitima también la excepcionalidad del arte o, lo que es lo mismo, la idea de arte, con obras, lugares (museos) y consumidores excepcionales. En verdad, la cultura occidental pone en práctica dos criterios contradictorios entre sí: por un lado postula el consumo artístico como actividad innata y por otro, subraya la producción artística como sobrenatural. Todos pueden ser consumidores de arte, pero sólo unos cuantos son capaces de producir obras de arte.

c) Tres evidentes hechos han servido de pretextos a la cultura occidental para afirmar y difundir la idea de artista, o de productor de obras de arte, como un ser sobrenatural:

i. La división técnica del trabajo artístico, que convierte a los productores de cada género artístico en una reducida minoría comparada con la cantidad de consumidores.
ii. La existencia en toda actividad cultural de seres excepcionales con aportaciones revolucionarias.
iii. El carácter inescrutable y oscuro de la creación cultural –la artística, por ejemplo–, originando el concepto de genio como la mejor instancia para explicar la causa de tal creación.

Fue fácil, entonces, elitizar al artista creador adjudicándole dones sobrenaturales. Además, el artista nunca quiso ser un hombre de oficio, como el artesano; prefirió considerarse un hombre de vocación, es decir, que obedece a un llamado interno o divino. De aquí a ver en él dones divinos hay un paso. Esta elitización del productor es, de hecho, favorable a los idealismos y a las argumentaciones metafísicas. Nos explicamos el endiosamiento de los grandes creadores de arte, cuyo número es exiguo a lo largo de la historia humana. Repudiamos, sin embargo, la generalización de este endiosamiento a todo autodenominado o titulado artista. En ninguna otra actividad humana se tolera esta deformación de la realidad. El arte, como la ciencia y la tecnología, posee ideales en calidad de aspiraciones, metas o raseros para medir las diversas prácticas de sus profesionales: viejas o nuevas, buenas o malas, revolucionarias o reaccionarias. Pero la cultura occidental usa tales ideales para confundir y ocultar la realidad humana de la diversidad de sus prácticas, dándolos por cumplidos en todo artista. Así, todo artista deviene un creador; un elegido de los dioses o

de las musas. Se borran de este modo las diferencias entre el ideal y la realidad.

Estamos de acuerdo con señalar los excesos y defectos egocentristas de los artistas, como lo hace Jean Gimpel (1977). Pero no concordamos con la falta de sentido dialéctico de este autor al excluir las ocasionales virtudes y méritos de los artistas. Muchos de éstos se acercan a los ideales y son innovadores excepcionales. Sin embargo, no todos lo son ni todos se nos presentan vituperables. Los artistas, después de todo, materializan el Renacimiento en la modelación histórica del individuo, el cual vino a desalojar al siervo y al hombre religioso, cuyas preocupaciones por el más allá lo extrañaban tanto de su realidad material concreta. Por desgracia, la individualidad ha dejado de ser revolucionaria y ha degenerado en individualismo, lastre muy burgués y capitalista de nuestros días.

d) Sectores moderados de la cultura occidental tomaron al individuo en su condición humana y no sobrenatural, y lo glorificaron como autor exclusivo de las innovaciones culturales. De ser medida y finalidad de todo, el hombre pasa a ser un individuo creador de cultura por generación espontánea o inmaculada concepción. Es así como el capitalismo, en su versión estadounidense, se caracteriza por girar en tomo al individuo. Lo enaltece, fetichiza, endiosa y siembra el culto a la personalidad. Oculta así los méritos de la colectividad y de la tradición cultural. Antepone simplemente el individuo a los intereses colectivos para favorecer la idea de propiedad privada, como el más sacrosanto derecho de todo individuo valioso.

El culto a la personalidad genera los vasarismos o biografismos en las artes, los cuales ven en el individuo la causa única de las innovaciones o progresos culturales. Muchos estudiosos en desacuerdo opusieron economi-

cismos, sociologismos y organicismos, cuya carencia de sentido dialéctico los condujo también a reduccionismos. Lucien Goldmann (1964), por su parte, quiso mediar entre la sociedad y el individuo proponiendo grupos, como la mejor instancia para explicarse la génesis de las innovaciones artísticas. La mejor solución está, sin embargo, en tomar por causa la trilogía *sociedad-individuo-sistema* (sistema cultural al que pertenece la innovación).

En la enseñanza de la historia de arte, que en buena cuenta es un adoctrinamiento en favor del arte occidental, vemos todavía inflar en forma desmedida o equivocada la importancia del individuo. Se asevera, por ejemplo, que P. Picasso creó el cubismo al ver una escultura africana, así como H. Moore concibió su estilo personal al apreciar una escultura del México precolombino (el Chac Mool). Lamentable resulta hoy esta confusión de causas y efectos. P. Picasso no dedujo el cubismo de tal escultura, sino que ésta se lo confirmó; lo mismo en el caso de H. Moore. Sus respectivas ideas fueron generadas por las condiciones sociales favorables, así como por la tradición del arte occidental concretada en la apertura de P. Cezanne o en las preocupaciones del pensamiento y sensibilidad actuales por el espacio real.

El individualismo, o biografismo artístico, hace hoy de la obra de arte un espejo narcisista: una continuación de la subjetividad del artista. Es más, se uniforma la pluralidad de las obras de un mismo autor convirtiéndolo en una marca de fábrica, para que todas sus obras parezcan excepcionales. De este modo se deforma la realidad humana: que todos tenemos obras malas y buenas; unas mejores que otras. En nuestros países, además, nos preocupan los individuos como exponentes y orgullo de cada país, pero nos es indiferente la elevación del nivel medio de los fenómenos artísticos colectivos, matrices reales de los individuos excepcionales.

e) La cultura occidental nos ha habituado tanto a identificar las artes con una belleza hiperbolizada al máximo, que nos resulta imposible presenciar o imaginar dudas. No en vano son tres los valores supremos de tal cultura: lo bueno, lo verdadero y lo bello. Y no por nada el Renacimiento revivió la estética greco-romana centrada en el naturalismo y en la belleza; a veces también en lo sublime. Del siglo XVIII data la designación *Bellas Artes*, hoy en desuso.

La belleza y lo sublime constituyen categorías estéticas, junto con la fealdad, la dramaticidad, la comicidad, la tipicidad y la trivialidad. Pero la cultura occidental ha hecho de la belleza y de lo sublime los únicos valores estéticos y artísticos. En términos generales, la belleza monopoliza lo estético y las artes. Se la postula como uno de los valores máximos de la espiritualidad humana y se exagera su importancia. Nos olvidamos así de su realidad: estar identificado con una reacción pedestre o vulgar, biológica o animal del hombre, como ya lo ha señalado Konrad Fiedler (1914, p. 8). Sentir placer por todo lo que satisface nuestro gusto no es nada altruista ni especial. Constituye simple hedonismo o egocentrismo. Nuestro gusto consta, al fin y al cabo, de sentimientos e ideales de belleza que la sociedad inculca a nuestra sensibilidad como valores.

Esto de reducir el arte a la belleza y eso de hinchar su importancia, fueron posibles gracias a las ambigüedades conceptuales del vocablo *bello*. Por un lado, es todo lo que nos place, sea la belleza o la utilidad, lo intelectual o lo estético. Por el otro, existen determinados objetos, gente, paisajes, animales y flores bellas. Se institucionaliza la sinonimia entre placer y belleza, la cual sirve a la cultura occidental oficial para imponer, como universales y superiores, las bellezas de sus objetos, artes, gente, paisajes, fauna y flora. Los países pobres las adoptan y se extrañan de las suyas, si es que no las menosprecian.

En rigor, resulta imposible señalar, desde afuera, cuándo un placer viene de la belleza o de cualquier otra satisfacción. Sólo el receptor puede saberlo, pero siempre y cuando sepa diferenciar entre las causas y entre los valores de su placer: éticos o estéticos, intelectuales o sentimentales. He aquí el problema básico del consumo artístico: diferenciar entre valores y entre placeres. Porque no toda belleza es artística ni todo placer estético, menos todavía artístico. Una belleza natural o una dramaticidad de la realidad que se representa en la obra de arte es estética, mas no artística. Artística sería la forma bella de representarla. Por otra parte, algunas obras no contienen belleza, sino valores artísticos; tal como *Las Demoiselles d'Avignon* de Picasso y *Fuente* de M. Duchamp. Asimismo, el consumo masivo –espurio en síntoma por estético o artístico el placer esnobista de ver una obra que se considera importante y que todos deben ver.

Hoy abundan las tendencias artísticas animadas por un mal denominado antiesteticismo, por ir en contra de la belleza y del hedonismo, aunque no de las demás categorías estéticas; categorías que precisamente buscan acentuar en sus obras. Prefieren lo trágico y lo trivial así como los fines utilitarios de las obras de arte, sean cognoscitivos o de modelación de la personalidad de los miembros de la sociedad.

f) Como corolario de todas las falacias hasta aquí descritas, en especial la hiperbolización de la belleza, surge la sobrevaloración burguesa del arte. Los conceptos de belleza como rareza, fiesta y espiritualidad, conducen a la excepcionalidad del arte, la cual trae tácita la idea de purificación o ennoblecimiento espiritual como algo excepcional; lo decisivo está en ir los domingos a los museos a vivenciar obras de arte, sin preocupar a nadie la miseria y la inhumanidad de nuestra vida diaria. Es decir, se le adjudica al arte mayor importancia que a la satisfacción de ne-

cesidades materiales de subsistencia. Lo fundamental para un país es poseer artistas de renombre mundial y no evitar que sus mayorías demográficas vivan en la miseria y alejadas del arte occidental. Esto, pese a que la gran mayoría de la población mundial vive sin vinculaciones con las obras de arte occidentales, ni con manifestaciones que sean artísticas en el sentido occidental del término.

Para bien o para mal, hoy día situamos la importancia de las artes en su verdadera dimensión, vale decir, en su utilidad educativa, informativa, ideológica o política. No obstante la situamos en competencia con los diseños audiovisuales que la aventajan con largueza en lo estético y en alcances demográficos. No importa si las ideologías generales y dominantes del arte, que van de oído en oído difundiendo falacias, tratan de borrar las diferencias entre el ideal y la realidad. Los valores de las obras son potencialidades –recordémoslo– y requieren la valoración que para los latinoamericanos debe favorecer a nuestros intereses colectivos. El objetivo de este libro es justamente, estudiar la actual conceptuación de la realidad concreta de las artes visuales, para poder establecer su importancia.

g) Como más adelante veremos en detalle, las artesanías y los diseños no son artes aplicadas; son dos sistemas estéticos de producción especializada con igual valor sociocultural e histórico que las artes. Las artesanías constituyen el sistema estético prerrenacentista o precapitalista que, en el feudalismo toma el nombre de artesanías gremiales; pero también cabe denominarlas artes feudales, así como a los diseños es posible denominarlos artes tecnológicas o industriales. Esto de artes aplicadas condena subrepticiamente todo instrumentalismo o utilidad práctica de los productos estéticos, para postular los puros, que sólo existieron en Europa a partir de 1850 cuando se instituyó la belleza pura. Pero luego, Europa la niega al generar los diseños.

CAPÍTULO I

Los conceptos generales

A. LA UNIDAD BÁSICA: PRODUCCIÓN, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

Principiemos por lo obvio: toda manifestación o realidad cultural es hechura del hombre y, por tanto, se halla ligada a varios trabajos y comportamientos. Pues bien, todos estos trabajos y comportamientos pueden reducirse a tres actividades básicas que los cubren sin dejar nada afuera, y que son: la producción, la distribución y el consumo. Es decir, estas actividades aunadas cubren la totalidad completa de cualquier ciencia, tecnología o sistema estético. Al margen de esto, se desarrollan en una unidad de recíproca dependencia y van cambiando con la historia o, lo que es lo mismo, con el modo de producción material o con la infraestructura de su sociedad y sus diferentes fases evolutivas. La manera de enfocar la realidad cultural que emplearemos a todo lo largo de nuestro libro, corresponde al materialismo histórico y al dialéctico, con los cuales nos identificamos por considerarlos los más realistas y actuales de los procedimientos cognoscitivos. Nuestro punto de partida se apoya en el relativamente breve texto de C. Marx

sobre las tres citadas actividades (producción, distribución y consumo) y otro sobre el método de la economía política, que aparecen en la obra titulada *Introducción general a la crítica de la economía política* (Marx, 1977).

Muchos lectores no estarán de acuerdo con nuestro enfoque. Nos reprocharán hacer del arte y de la ciencia una manifestación económica, en lugar de ocuparnos de su elemento específico; elemento que desde nuestro punto de vista no existe, salvo como totalidad estructural. Su criterio es, sin duda, anacrónico, por eso ellos reclaman que reduzcamos el arte a lo sensitivo o estético. Pretenden ignorar que las mencionadas actividades preceden, en la historia, a las ciencias económicas, y que la producción y el consumo de todo bien cultural nunca son actividades económicas; apenas si la distribución incluye una pequeña parte verdaderamente económica: la compraventa o cambio.

Nuestro modo de analizar las cuestiones culturales es, aparte de útil, realista y actual. En primer término nos aleja de las cosas para acercarnos al hombre: a sus actos y a sus relaciones con los demás hombres y con la naturaleza. Luego su estrecha unidad engloba, de hecho, toda la realidad cultural que deseamos estudiar: "El resultado a que llegamos no es que la producción, la distribución y el consumo sean idénticos, sino que constituyen las articulaciones de una totalidad, diferenciaciones dentro de una unidad", escribió C. Marx (1977, p. 56). En último término, a su virtud de unificar y englobar realidades enteras, se suma su utilidad de poner orden en la percepción del fenómeno al dividirlo en tres actividades básicas, obligándonos a tomar conciencia de la que nos ocupa en determinados momentos. Las discusiones sobre arte, por ejemplo, nunca toman un curso claro, porque cada contrincante piensa en un fenómeno que funde y confunde producción, distribución y consumo. Ninguno sabe a qué parte del arte se está refiriendo el otro; ambos aluden a diferentes aspectos.

Para poder comprender cada una de las actividades en su especificidad, en su interdependencia y en su totalidad unitaria, es necesario establecer la diferencia entre el trabajo simple, el concepto general y el proceso social de cada una de ellas.

Por *trabajo simple* entendemos lo visible de toda actividad humana con sus procedimientos, materiales y herramientas. Como las manos humanas no han cambiado, muchos trabajos simples, como pintar, dibujar, escribir y esculpir, siguen iguales en el tiempo y en el espacio, aunque hayan cambiado sus materiales y herramientas. Es así como el trabajo simple de la producción y el del consumo son los mismos en el capitalismo y en el comunismo, en el siglo XX y en el XXI. También en todo tiempo y lugar son evidentes las diferencias entre los trabajos de producción, distribución y consumo: los productivos obtienen cosas (u obras), imágenes o acciones, en tanto los distributivos las ponen en circulación en la colectividad y los consuntivos las disfrutan. Igualmente cierta es su complementariedad: ninguno de los tres trabajos mencionados existe sin los otros dos. No se puede distribuir si no hubo antes producción, ni se produce si no hay distribución; en tanto la distribución pone a nuestra disposición los medios materiales de producción. Sin producción ni distribución no habrá consumo; como tampoco en el caso contrario.

El *concepto general* de producción, distribución o consumo es mucho más amplio, y gracias a este concepto cabe afirmar que la producción consume energías y materiales mientras distribuye materiales en el producto, como en una pintura, el pigmento. El consumo, a su vez, produce significados o respuestas y distribuye lecturas o puntos de vista. La distribución, por último, produce posibilidades o capacidades y

consume tiempo. En este sentido es que la distribución y el consumo devienen trabajos y, por ende, son productivos. Por lo tanto, amplían el trabajo simple o, si se prefiere, lo complementan. Además, el concepto general extiende la idea de consumo cultural o artístico a la producción de efectos ulteriores, aparte de los inmediatos.

El *trabajo como proceso social,* es el trabajo simple situado más allá de su visibilidad; esto es, situado en la realidad concreta de las relaciones de los hombres que lo realizan con la sociedad donde ellos actúan. No es lo mismo el proceso social de pintar en el siglo XVIII que en el XX, en el socialismo que en el capitalismo, en el feudalismo que en el Renacimiento. Los procesos sociales y los psicológicos se modifican a lo largo de la historia, pero siguen siendo los mismos en una sociedad determinada, en cuanto envuelven por igual a la producción, la distribución y el consumo y en tanto son los mismos dentro de cierta pluralidad de modos viejos y nuevos de trabajar. La sociedad fusiona los tres trabajos, en la medida que éstos reproducen las mismas relaciones sociales de producción material en la sociedad. El proceso social nos obliga a referirnos a los medios intelectuales de producción y nos fuerza a considerar al trabajo como a una reunión de operaciones sensoriales, sensitivas y mentales. Amplía asimismo la distribución, al concientizarnos de que ésta no sólo se ocupa de los productos sino también de los medios intelectuales de producción y de consumo culturales (Marx, 1977, p. 53). También se ocupa de agrupar a los miembros de la sociedad en clases, como una consecuencia de modo de producción material o infraestructura de la sociedad.

La idea de totalidad unitaria de la trilogía *producción-distribución-consumo,* enriquece la relación *objeto-sujeto* en la producción y en el consumo, en cuanto no existe en estas

dos actividades una relación directa entre el sujeto y el objeto, sino que entre ambas se interpone la distribución (Marx, 1977, p. 51), esto es, los medios materiales e intelectuales de producción o de consumo cultural.

Para una mejor utilización de la unidad y variedad del trinomio *producción-distribución-consumo,* será menester diferenciar entre la inevitable primacía de la producción material de la sociedad (la capitalista por ejemplo) sobre todas las actividades básicas de la cultura, y la primacía cambiante de una de estas actividades sobre las otras dos en las manifestaciones culturales o estéticas. Por ejemplo, gracias a su actual desarrollo, los medios de transporte y los audiovisuales de persuasión masiva son capaces de crear necesidades artificiales en las sociedades consumistas. Como resultado de esto, la distribución o el consumo prima sobre la producción industrial, cultural o estética.

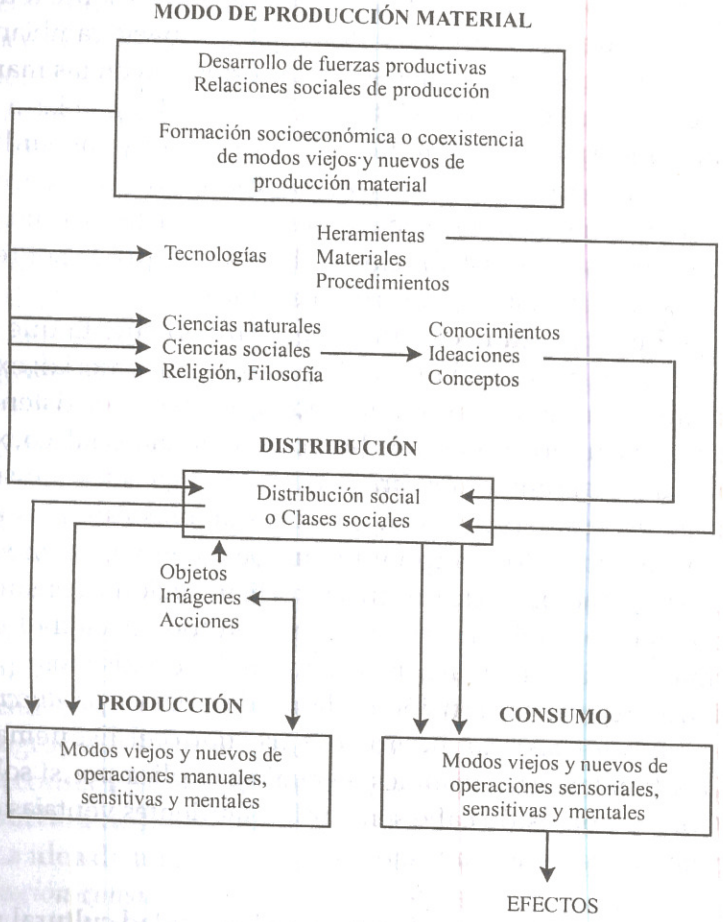
Igualmente será necesario tener muy en cuenta que no existe, en su pureza, el modo de producción material; existe como dominante en una sociedad, pero en coexistencia con varios modos pretéritos de producción material, coexistencia que denominamos *formación socioeconómica. Lo* mismo sucede en las ciencias, tecnología y sistemas estéticos por separado; en todo tiempo y lugar coexisten varios modos pretéritos y actuales de producción, distribución y consumo. Por extensión del término, veremos en toda sociedad una formación científica, artística, artesanal y de diseños.

Para mejor comprensión de la unidad básica *producción-distribución-consumo,* hemos desarrollado el Esquema 1, aplicado a las artes visuales, el cual se explica por sí solo.

Como conclusión cabe señalar las siguientes ventajas del empleo de la citada unidad básica:

1. Su capacidad englobante de toda realidad cultural por entero.

2. Su utilidad por poner orden, al separar y juntar sucesivamente las partes integrantes del fenómeno en estudio.
3. Su interdependencia nos sitúa en la dialéctica de la realidad y nos aleja de la sobrevaloración de una de sus partes, como la producción hasta ahora.



Esquema 1.
Producción, distribución y consumo en las Artes Visuales.

B. LA DEPENDENCIA TRIPARTITA: SOCIEDAD, INDIVIDUO Y SISTEMA

Siempre preocupó al hombre la génesis de los bienes culturales y buscó las respuestas. La más a mano señala al individuo como su causa única, y como prueba nos remite al trabajo que él realiza para producir tales bienes, distribuirlos y consumirlos. En tiempos remotos la causa fue divina y el hombre su instrumento, aunque todavía hoy muchos estudiosos piensan en el artista como un *superman*. En verdad, todo lo vemos venir del individuo.

Sin embargo, el origen de sus actividades no está en él mismo. No goza de autarquía. Simplemente todo pasa a través de él, pero sin ser sus actividades meros resultados de su voluntad. Si el hombre hiciera lo que quisiese, no tendría mérito alguno en sus creaciones.

El individuo tampoco es instrumento dócil a las fuerzas económicas, sociales o culturales, como para convertirlo en un irresponsable *robot*. Goza de relativa libertad en sus elecciones que hace entre la variedad social, sea por razones personales o de convivencia. Es responsable de sus actos, y su gloria está, precisamente, en ir en contra de las presiones ambientales y culturales, los condicionamientos sociales y las determinantes de clase social o profesión, con el fin de esquivarlas y poder concebir y materializar cambios radicales. El hombre hace cultura, la cambia, y ésta lo hace a él. Una visión dialéctica así nos hace ver cómo las manifestaciones culturales son dependientes del individuo como persona, pero también como producto de su sociedad y del sistema cultural que él ha elegido como profesión o afición (ciencias, estéticas o tecnologías). Las proporciones de cada una de estas tres determinantes –individuo, sociedad y sistema– varían en cada caso concreto, tanto por la naturaleza

de la actividad como por la capacidad de individuar del individuo; capacidad también denominada personalidad.

Veamos ahora qué debemos entender por individuo, por sociedad y por sistema, para luego inferir su dependencia mutua y su intervención en la producción cultural; sobre todo en sus transformaciones o renovaciones.

El individuo dista mucho de estar constituido por uno o más elementos psíquicos o somáticos distintos a los de sus semejantes. Todos los seres normales participan de los mismos elementos psíquicos y somáticos, cuyos grados, combinaciones y proporciones varían en cada individuo con la historia y según su clase social y profesión. Son tantos estos elementos y grados, que alcanzan para una amplia combinatoria sin dejar a nadie sin individualidad; lo mismo sucede con los componentes corporales: son los mismos, pero permiten una combinatoria de grados y proporciones capaz de proveer a cada ser humano una fisonomía particular.

El individuo tiene la capacidad de individuar los componentes antropológicos y sus relaciones con los grupos a los cuales pertenece forzosamente (clase social, familia, raza, sexo, religión), o ha elegido pertenecer (profesión, afición deportiva y artística, partido político). En todo tiempo y cultura coexisten elementos dominantes, emergentes o precoces y residuales o anacrónicos, entre los cuales elegir. Por consiguiente, se nos hace posible adoptar actitudes revolucionarias o reaccionarias, progresistas o conservadoras. La estructura de actitudes y elementos, conocimientos y sentimientos, ideales e identificaciones agrupativas, es personal; pero varía respecto a cada actividad cultural. Podemos ser, por ejemplo, revolucionarios en política y conservadores en las artes.

Esta libertad de elección que nunca termina produce en el hombre una falsa autoimagen, y él mismo se supone ori-

gen y señor de todo lo que hace. ESTO DISTA DE SER VERDAD Como sabemos, el hombre no hace lo que quiere sino lo que puede. Y no sólo esto, el individuo corporiza propiamente un proceso de cambios —a veces sustanciales— que termina con la muerte. No únicamente posee una memoria que lo adhiere a la realidad de sus experiencias; dispone también de una fantasía que lo compele a ver lo que no existe y a transformar dicha realidad; oscila entre ésta y la ruptura o ideal.

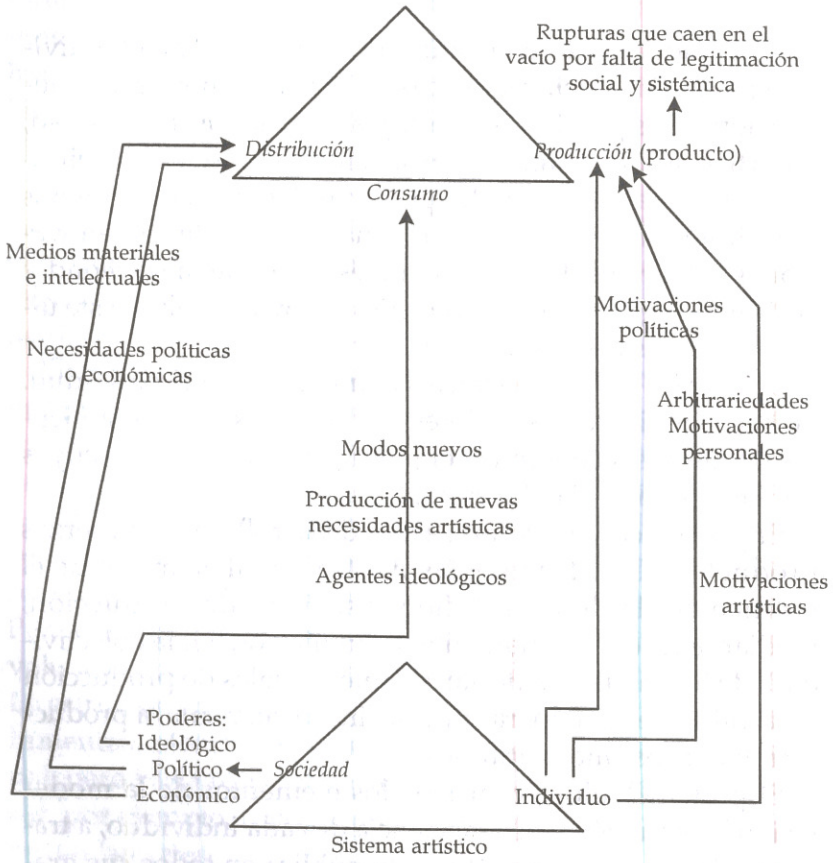
En el esquema 2 hemos querido mostrar cómo el individuo puede producir renovaciones artísticas por varias motivaciones: las políticas, que adopta entre las de su sociedad, las artísticas que le impone el sistema elegido, y las arbitrariedades de algún capricho personal. No nos asombremos de la intervención del azar en el nacimiento de las renovaciones culturales. Lo importante está en que la sociedad y el sistema legitimen o ignoren tales renovaciones; en este último caso desaparecerán en el vacío.

La sociedad influye de varias maneras sobre el individuo. Lo hace mediante tres poderes que rigen los comportamientos sociales: el económico, el político y el ideológico, cuyas decisiones controla el Estado.

El poder económico maneja el desarrollo de las fuerzas productivas, las tecnologías dentro de ellas, mientras el político cuida de las relaciones sociales de producción, mediante leyes, y reglamenta la circulación, en la colectividad, de los medios materiales e intelectuales de producción cultural. De esta manera controla indirectamente la producción y el consumo culturales.

El poder ideológico provee los elementos de la modelación y evolución de la conciencia de cada individuo, a través de la educación familiar y la pública en todos sus grados, más las políticas culturales del Estado. Condiciona así su cosmovisión, siempre producto de grupo con las varian-

tes del individuo que la adopta. Afianza, asimismo, al sistema de valores o hábitos de la cultura estética colectiva cuando produce nuevos modos de consumo artístico: los que le demandan las nuevas tendencias y los que les piden los modos en declinación. En síntesis, transforman los hábitos del consumo y obligan, así, a los productores a efectuar cambios. Ver esquema 2.



Esquema 2.
El individuo, la sociedad y el sistema en los cambios artísticos (artísticos o de los diseños).

Naturalmente, los tres poderes actúan sobre una subjetividad colectiva o psicología social, con su sistema de valores estéticos, historia e idiosincrasia, que refractan toda novedad y toda importación. La demoecología, la ecología de los objetos y las ideas en circulación que conforman la ecoestética forjan la sensibilidad, la que condiciona, a su vez, a las posibilidades artísticas.

El materialismo histórico y el dialéctico postulan como causa, en última instancia, el proceso de producción material o económico, compuesto por el desarrollo de las fuerzas productivas y por las relaciones sociales de producción. Los cambios de esta infraestructura condicionan los que se efectúan en la superestructura o ideologías y viceversa, tanto en el individuo como en la sociedad. Si bien es correcto y útil aceptar la existencia de actividades materiales, abajo, e ideologías, arriba, más provechoso resulta admitir que toda actividad, ya sea económica o artística (material o ideológica), posee una infraestructura material y una superestructura ideológica. En términos generales, los procesos sociales y los culturales tienen su propia trayectoria que determina comportamientos en el individuo, y cuyo curso depende de las circunstancias históricas. Una idea clara de la relación infra-superestructura pretendemos proporcionarla en el esquema 2.

Por *sistema* entendemos la unidad orgánica con sus leyes internas de autoregulación, que corporiza todo género artístico (pintura o escultura), artesano o de los diseños, científico (química o física) tecnológico (eléctrico o mecánico). Así cada sistema posee sus propias actividades de producir, distribuir y consumir. Ya vimos la existencia de clases distintas y géneros diversos en cada sistema cultural. Dentro de cada género artístico, pongamos por caso, surgen varias tendencias, cada una con sus postulados encaminados a ser cumplidos y al mismo tiempo renovados. El individuo eli-

ge primero el género, luego una tendencia nueva o vieja, ya sea como profesional o como aficionado. Como profesional, por un lado cumple con la tendencia y por el otro la rompe. Su obligación es retroalimentar, con cambios o rupturas, a la tendencia en particular y al arte en general.

El sistema trae consigo problemas y posibles soluciones entre los cuales elegir. Algunos teóricos ven en las artes sistemas cerrados u organismos autárquicos e incurren así en el organicismo: estilos que nacen, crecen y mueren. Entre los teóricos, H. Woelfflin pensó en una *historia sin nombres*, o sea, tomó al arte como un proceso indeterminado o autónomo. Recordemos a las vanguardias como una comprobación de la inexistencia de la autonomía del arte, al ser éste transformado de raíz por razones históricas (Peter Barger, 1982). En realidad, el sistema cultural es abierto, tiene una trayectoria de posibilidades que el individuo puede materializar y la sociedad favorecer u obstaculizar. Todo depende de la lejanía del sistema respecto a la infraestructura y a las condiciones materiales de cambio. Como quiera que sea, los factores sistémicos determinan en el individuo los comportamientos profesionales y los de aficionado.

En toda sociedad registramos una coexistencia de varios modos sistémicos, tanto antiguos como nuevos, entre los cuales el individuo escoge según su clase social; esto es, de acuerdo con los medios intelectuales que la sociedad pone a su alcance. En síntesis, el individuo, como artista o como aficionado, posee una cultura estética, participa en las ideologías generales de arte dominantes, y dispone de conocimientos de historia de arte y de su situación actual. Ha pasado por un aprendizaje, vale decir, por una educación artística en ciertos casos académica. Lo mismo el aficionado al arte. De este aprendizaje y de las condiciones sistémicas del momento dependen la producción, la distribución y el consumo del individuo. Éste no produce por generación

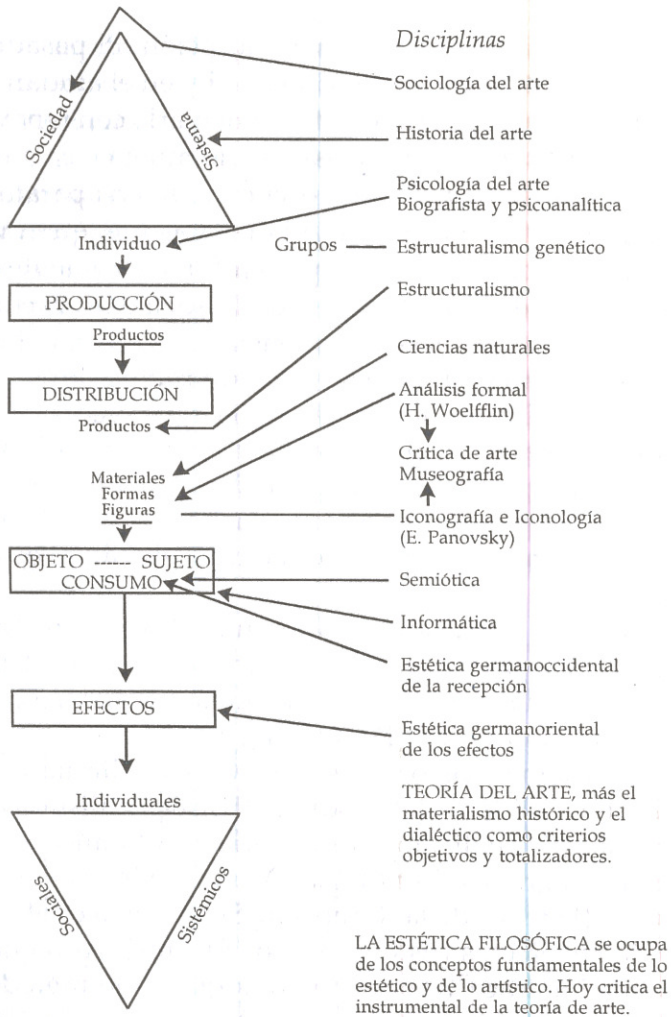
espontánea ni por inmaculada concepción. El pasado y la trayectoria sistémica gravitan sobre él y en él anidan. Pero ve, a la vez, la necesidad de retroalimentarlo con renovaciones o rupturas, para que el sistema no muera.

El sistema, por último, comprende todo un aparato integrado por instituciones, actividades y gente, que influye sobre los cambios culturales; pero influye solamente a través del individuo productor o de la sociedad; ésta actúa sobre los distribuidores y los consumidores, con el fin de incidir en el productor, a través de unos o de otros.

Como conclusión de todo lo hasta aquí recorrido, cabe asegurar que el estudio de cualquier fenómeno cultural, en general, y del estético en particular, debe tener muy en cuenta la intervención del individuo, la sociedad y el sistema cuando analiza los aspectos productivos, distributivos y consuntivos.

El esquema 3 muestra las diferentes disciplinas con que hoy contamos para estudiar al fenómeno del arte, artesanías o diseños. Cada una de estas disciplinas cubre tan sólo una parte, sea al individuo (Psicología), a la sociedad (Sociología) o al sistema (Historia de Arte). Otras se limitan a estudiar la "textualidad" del producto (Estructuralismo) o bien sus formas (Formalismo), sus materiales (Química) o sus figuras (Iconografía e Iconología). Y otras más se ocupan del consumo (Estética de la Recepción, Semiología e Informática) o de los efectos (Estética de los Efectos). Agréguese la Filosofía Analítica y la Fenomenología como métodos de estudio.

Ninguna de las ciencias fue suficiente para cubrir el fenómeno estético. Hubo necesidad de aunarlas y es entonces cuando aparece la teoría de arte (o la estetología), un nuevo método interdisciplinario, cuya eficacia se materializa en el momento en que se fusiona al materialismo histórico y al dialéctico. Ya podemos, pues, cubrir la totalidad del fenómeno de manera objetiva; es decir, analizar la producción,



Esquema 3
Las disciplinas de estudio de los sistemas estéticos productivos

el producto, la distribución, el consumo y sus efectos, así como también la intervención del individuo, la sociedad y el sistema. Y, sobre todo y ante todo, escrutar el sistema

axiológico de la realidad o cultura estética de la sociedad o país.

C. LA INTERVENCIÓN TRIPARTITA: LOS SENTIDOS, LA SENSIBILIDAD Y LA MENTE

He aquí otra trilogía cuya intervención conjunta se halla más unida que las dos anteriores, y cuyos mecanismos nos pormenorizan el proceso interno del individuo cuando produce, distribuye y consume bienes culturales. Sus componentes actúan tan fusionados que los sentidos nunca perciben por sí solos ni la sensibilidad siente *motu proprio,* como tampoco la razón piensa por su cuenta. Es el hombre quien utiliza estas facultades humanas para percibir, sentir y pensar respectivamente; pero para hacerlo necesita de las demás facultades humanas. Es que los individuos constituimos estructuras complejas de informaciones, experiencias, intereses y deseos que refractan lo registrado por cada una de las citadas facultades. Esto no es óbice, sin embargo, para que no podamos aislar momentáneamente nuestras sensaciones, sentimientos o pensamientos a voluntad, vale decir, previos esfuerzos mentales.

Como es de suponer, cada actividad cultural demanda un equilibrio distinto entre los sentidos, la sensibilidad y la razón. Así las ciencias reclaman la supremacía de la razón, como las artes la de la sensibilidad y las tecnologías la de los sentidos, incluyendo en éstos nuestro cuerpo con sus necesidades materiales de subsistencia. Lo mismo sucede, por separado, con las actividades de producir, distribuir y consumir. La distribución, pongamos por caso, no exige tanto trabajo a la sensibilidad ni a la razón, como la producción y el consumo. Y si el consumo es más visual o auditivo, la producción se nos presenta más manual.

Las actividades, en consecuencia, reflejan a su autor en la totalidad de sus facultades. Es por eso que no existen productos ni actividades puramente racionales o científicas, ni enteramente artísticas o sensitivas, como tampoco únicamente útiles, sensoriales o tecnológicas. Hasta las máquinas poseen elementos formales o estéticos. Los productos nos invitan asimismo a darle la primacía a una facultad sobre las otras dos.

Sea como fuere, el individuo realiza operaciones sensoriales, sensitivas y mentales, durante cualesquiera de sus actividades. Las sensoriales varían con cada uno de nuestros cinco sentidos; las sensitivas pueden ser estéticas o afectivas; las mentales son agrupables en míticas, empíricas y científicas. Los sentidos suministran informaciones del mundo exterior en forma de sensaciones, a las que elabora, que van de elementales a complejas, y de biológicas de agrado o desagrado a estéticas de placer o desplacer rudimentario o sensorial. Luego la sensibilidad y la razón convierten las sensaciones en sentimientos y en pensamientos respectivamente. En síntesis, percibir, consumir o conocer significa fusionar las tres facultades con predominio de una.

La trilogía *sentidos-sensibilidad-razón* nos es útil en todo estudio "culturológico", por darnos cuenta cabal de la dialéctica de la realidad de nuestras preocupaciones, esto es, de la psicología humana. Y como es el hombre el que la utiliza, se manifiesta junto con ella la dualidad memoria/fantasía, más otros elementos psíquicos de su personalidad, tales como la voluntad y la atención. Además, cada una de las operaciones nos explican mejor la influencia de la sociedad y de la cultura en el individuo, en especial acerca del curso de sus actividades productivas y las consuntivas.

Las citadas operaciones tienen también su sociología. Los sentidos, la sensibilidad y la razón son productos sociales, y cada una de ellas se halla respaldada por un cúmulo de

ideales e interpretaciones, conocimientos y experiencias, necesidades e intereses, más ilusiones. Al fin y al cabo, son facultades humanas que se materializan en las particularidades de cada tiempo y lugar. Naturalmente, los sentidos son más biológicos, aunque su concreción en el individuo depende de la ecología, clase social y división técnica del trabajo.

La sensibilidad es más social y hállase sujeta a la cultura estética que le impone valores y hábitos. La razón actúa con mayor libertad, no obstante su irremediable sujeción al lenguaje o idioma materno. Sus recursos míticos, empíricos y científicos se encargan de diferenciar entre los sentimientos y entre las sensaciones, así como entre sus propias motivaciones. Por último, la razón se complementa con la sensibilidad o se reemplazan mutuamente cuando las circunstancias lo exigen por debilidad o ausencia de una de las dos. No por nada existen los conocimientos sensitivos y los racionales; muchas veces cuando ciertas elecciones agotan nuestros argumentos racionales nos sentimos obligados a echar mano del gusto para decidirnos por las formas o los colores. Es así como la sensibilidad suele regir nuestro sistema de decisiones prácticas, y por eso todo poder ideológico se preocupa de modelar y condicionar nuestros modos perceptivos. Gobiernan, después de todo, quienes en una sociedad rigen la irracionalidad de los sentimientos o saben persuadir los pensamientos.

D. LA INTERDEPENDENCIA SOCIAL: LAS CIENCIAS, LAS ARTES Y LAS TECNOLOGÍAS

Como es obvio, estos sistemas culturales no se relacionan entre sí como si tuviesen vida propia. Es el individuo el importante por relacionarlos entre sí. Sobre todo, el produc-

tor de bienes culturales nuevos. Esto no invalida el referirnos a la relación *ciencias-estéticas-tecnologías* en toda sociedad. Si hacemos aquí su descripción, es con el propósito de ir en contra de la especialización exagerada de aquellos productores de bienes culturales, enviciados en el tan nefasto *avestrucianismo:* ignorar todo lo que sucede fuera del género o tendencia cultural elegido por cada uno de ellos como profesión o afición. Para los estudiosos de las cuestiones estéticas —como nosotros—, nos es útil tener siempre presente esta trilogía, porque cubre las relaciones entre los sistemas estéticos, y de éstos con las ciencias y con las tecnologías. Todos estos sistemas no agotan, desde luego, la cultura de una sociedad, cultura que incluye también la religión y la filosofía, la política y1a ética, más los usos y costumbres de la colectividad.

Las ciencias producen conocimientos acerca de la naturaleza o de los hombres, aislados o en sociedad; las artes, las artesanías y los diseños ofrecen recursos estéticos; las tecnologías, por último se ocupan de producir bienes de consumo material. Los productos de un sistema pueden fungir como medios de producción a los otros. Los sistemas estéticos de producción, por ejemplo, no existen sin los productos tecnológicos ni sin los científico-sociales o los religiosos. Recordemos cómo las ideas freudianas y las marxistas devienen motivaciones de la producción de renovaciones estéticas.

Los productores de recursos estéticos deben poner hoy mucha atención en los avances de las otras artes, de las ciencias y de las tecnologías, si en verdad están empeñados en aportar renovaciones como respuestas a las transformaciones sociales reales o las que se necesitan en su tiempo y lugar. Con mucha mayor razón los estudiosos de fenómenos estéticos deberán disponer de conocimientos sobre los avances de todos los sistemas culturales. Hoy por hoy nos resulta

imposible a los analistas de lo estético ignorar los últimos adelantos de la teoría occidental de la literatura; incluso los de la latinoamericana, que ha ampliado el concepto de literatura a la oralidad, tan rica en los sectores populares de nuestros países.

La amplia visión estetológica nos obliga a tener una idea clara y realista del rol que desempeñan los productos estéticos en nuestras sociedades latinoamericanas. Por lo general, seguimos siendo víctimas del *arielismo y* suponemos que tales productos son los más importantes para nuestros países. Sin lugar a dudas, el sistema axiológico de nuestras culturas estéticas populares y los sistemas de producción especializada de nuestras artesanías son dignos de admiración. Incluso nuestras culturas esotéricas hegemónicas, muestran méritos literarios y de otras artes. Sin embargo, nuestras culturas espirituales muestran debilidad en la parte que le corresponde a nuestras culturas científicas. En primer término, las ciencias sociales que se ocupan de los productos estéticos andan todavía en pañales y carecen de los arrestos para traducir las innovaciones formales en conceptos y, establecer los vínculos de las obras entre sí y con nuestras realidades nacionales.

La cultura espiritual de América Latina es débil, no sólo en las ciencias naturales exactas que aportan poder y riqueza, mediante una industria bélica y otros adelantos tecnológicos, sino respecto a las ciencias naturales descriptivas, idóneas para producir los conocimientos de nuestras realidades nacionales que necesitamos transformar. Y si algunas ciencias sociales caminan adelantadas, no reciben la atención necesaria en los aspectos políticos y éticos de sus aplicaciones. Sin la producción de conocimientos de nuestras realidades naturales y culturales, no podrán tener solución los problemas colectivos o nacionales que son comunes a nuestros países. En consecuencia, nuestras culturas mate-

riales son paupérrimas. Si bien las productos estéticos son importantes para los individuos y para el Estado como medios de persuasión, devienen estorbos para la formulación y solución de nuestros problemas materiales colectivos. Necesitamos conocimientos científicos cuya producción y aplicación demandan, justamente, superación de subjetividades. Por lo general, los latinoamericanos pensamos en nosotros como individuos de clase media o alta y no en nuestra colectividad como obligada solidaridad.

E. LA DIALÉCTICA TEORÍA/PRÁCTICA

La fecunda vitalidad de un ámbito cultural es mayor cuanto más estrechas son las relaciones entre sus prácticas y sus teorías. Las prácticas culturales propiamente dichas pertenecen a dos sistemas de producción especializada: los estéticos (artesanos, artísticos o de los diseños), que abastecen objetos, imágenes y/o acciones, y los tecnológicos, que proveen utensilios, herramientas y procedimientos práctico-utilitarios. Cada uno de estos dos tipos de sistemas de producción especializada está ligado, en nuestros países, a un sistema axiológico con unas ideologías dominantes subyacentes a la cultura estética y a la cultura tecnológica.

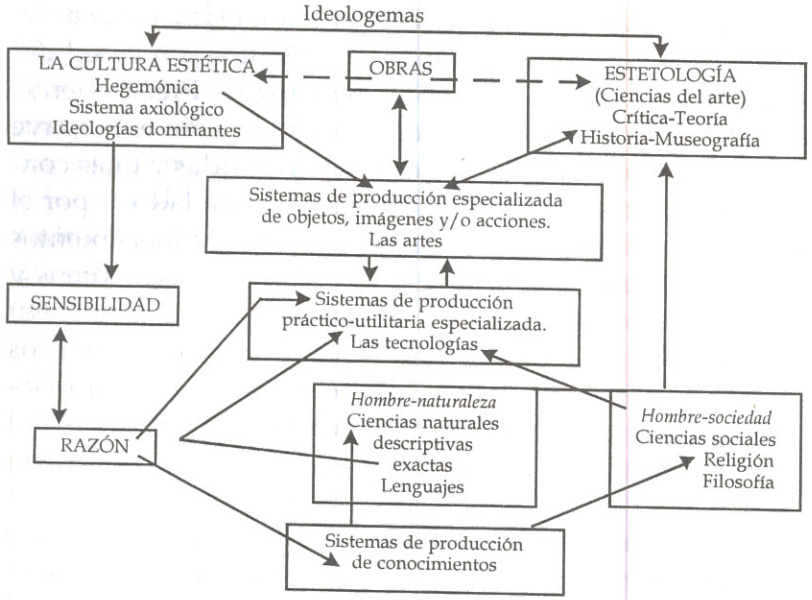
Todos reconocemos que la cultura tecnológica depende de los avances de las ciencias naturales exactas, que no son otra cosa que sistemas especializados de producción de conocimientos o teorías de realidades concretas. Pero muy pocos advierten la importancia que, para los sistemas de producción especializada de las artes, tienen los adelantos estetológicos o de las ciencias del arte; y éstas, como ciencias sociales, se ocupan de la relación hombre-sociedad. Lo peor es que casi nadie se percata de que los conocimientos de la realidad producidos por las ciencias sociales son capaces de

encauzar éticamente a los sistemas axiológicos, tanto al estético como al tecnológico de un país, hoy a merced del poder económico, el político y el ideológico. Precisamente, la cultura occidental adolece actualmente de este grave desequilibrio: unas ciencias exactas avanzadas y unas consecuentes tecnologías megalómanas, por un lado, y por el otro, unas débiles ciencias sociales en cuyos conocimientos nadie repara como frenos de los desmanes ecocídicos y bélicos de la tecnología.

En el caso de las artes, uno de los tres sistemas estéticos de producción especializada de objetos, imágenes y/o acciones, el binomio teoría/práctica deviene una relación tripartita *ideologías-dominantes/obras de arte/estetologías* (ver diagrama de la página siguiente) que consideramos de gran utilidad para cualquier estudio "culturológico", tanto estético como tecnológico. Para nosotros es la médula de nuestro estudio.

Veamos en primer lugar lo que entendemos por ideologías dominantes y cuáles son sus relaciones con la producción artística y con la estetología. Como ya lo señalamos, tales ideologías subyacen a la cultura o realidad estética.

Nuestro concepto de ideologías no se halla restringido a la falsa conciencia señalada por Marx y por Engels (L. Silva, 1976; J. Larraín, 1979) ni las divide en teóricas y prácticas (M. Harnecker, 1969), como tampoco es sinónimo de ideario político o conjunto de ideas. Somos partidarios del concepto amplio (G. Gómez Pérez, 1985, p. 37-41), según el cual las ideologías constituyen un conjunto de ideas, tanto míticas como científicas, falaces como empíricas, dominantes como residuales y emergentes, cuya totalidad funciona en favor de una clase social. En el capitalismo, las clases burguesas se hallan en pugna con las proletarias. Para mejor comprensión de su naturaleza, asumiremos que:



LA DIALÉCTICA TEORÍA/PRÁCTICA EN LAS ARTES Y TECNOLOGÍAS

Las distintas ideas que constituyen una determinada ideología —las denominaremos "ideologemas"—, pueden ser en sí mismas ideológicamente indiferentes o polifuncionales (es decir, pueden aparecer en diferentes ideologías); sólo en los marcos de la totalidad de un sistema adquieren carácter ideológico. Algunas ideas devienen ideologemas y más tarde dejan de serlo (por ejemplo, el sistema copernicano o el evolucionismo darwiniano) [H. Markiewics, 1985, pp. 222-23].

En el caso de las artes visuales en los países latinoamericanos, las ideologías dominantes y subyacentes a la cultura o realidad estética, que son las burguesas importadas, están integradas por ideologemas que de alguna manera tienen que ver con tales artes, y que provienen del pasado,

presente o apuntan al futuro (residuales, dominantes y emergentes), y que pueden ser empíricos, científicos o míticos con sus falacias y fetichizaciones. Para nosotros vienen a ser las ideologías generales del arte que abusivamente hacen realidades de los ideales; van de oído en oído del hombre común y sirven de bagaje teórico a los artistas conservadores o reaccionarios en cuestiones de arte. El Estado las pone en circulación pública mediante sus instituciones y agentes ideológicos, que las mantienen vigentes con esporádicas renovaciones paramentales.

Las ideologías burguesas dominantes se hallan en relación dialéctica con las obras de arte en circulación, en cuanto condicionan la producción de obras y éstas retroalimentan, como una versión de la mutua dependencia de teoría y práctica. Como las ideologías dominantes mantienen una constante pugna con las proletarias o revolucionarias, deben estar en constante remozamiento, gracias a las renovaciones superficiales que van elaborando los agentes ideológicos; esto es, los críticos, teóricos, historiadores y museógrafos de espíritu conservador o reaccionario. Estos agentes poseen la habilidad de acomodar las rupturas en las ideologías dominantes para confirmarlas y enraizarlas. Al efecto, ellos desvirtúan de antemano los resultados, en verdad renovadores de las obras. Sin estos acomodos y renovaciones paramentales, las ideologías dominantes pierden vigencia a la larga.

Los artistas progresistas o revolucionarios en cuestiones de su sistema profesional son quienes, como reflejo de la lucha de clases y como participación en la pugna ideológica, buscan subvertir las ideologías dominantes mediante la creación de nuevas tendencias. Para ello, suelen utilizar los conocimientos producidos por las estetologías y por otras ciencias sociales, como medios intelectuales de producción. Las obras de arte y las ideologías pertenecen a la

superestructura de la sociedad, esto es, a las ideologías. Pero se diferencian entre sí: unas son objetos y otras conjunto de ideas en favor de la clase hegemónica.

Las obras de arte tienen por finalidad confirmar o corregir, innovar o ampliar el sistema axiológico de la realidad estética de la cual provienen, como también al sistema de producción especializada a que las mismas pertenecen (pintura o escultura, dibujo o grabado). Además de estas dos retroalimentaciones –una estética y artística o sistémica la otra–, las obras de arte fungen asimismo de persuasoras en favor de las ideologías dominantes y de los ideologemas políticos o religiosos, educativos o éticos, concernientes al tema de las obras.

Hasta aquí todos están de acuerdo y limitan las cuestiones artísticas a la realidad estética y a las obras. No aceptan que en la producción de éstas intervienen, como medios intelectuales, los conocimientos producidos por las estetologías. Creen que estos conocimientos no son necesarios porque en la sociedad circulan como "naturales" los producidos por las estetologías del pasado que operaban con otro nombre o que vinieron insertas en otras disciplinas.

Analicemos ahora las relaciones de las estetologías con la producción artística y con las ideologías dominantes.

Las estetologías o ciencias del arte (crítica, teoría, historia y museografía) se ocupan de producir conocimientos de los diferentes aspectos del fenómeno del arte. Para ser precisos, su tarea consiste en estudiar las realidades estéticas de nuestros países para darlas a conocer. Teorizan la realidad, pero teniendo siempre presente la primacía de la práctica. Es decir, los conocimientos que producen han de confirmar o ampliar, innovar o corregir las prácticas productivas, distributivas o consuntivas de las artes, artesanías y diseños.

En rigor, las estetologías pertenecen también a la superestructura ideológica, pero se diferencian de las ideologías

propiamente dichas en que son actividades encaminadas a producir conocimientos, capaces de desenmascarar falacias en las ideologías y de servir de nuevos medios intelectuales de producción y consumo artísticos. Entre sus tareas está también la de conceptuar las rupturas artísticas y de traducirlas en conocimientos. Las ciencias distan mucho de ser neutrales o ascéticas; producen con la intervención persuasiva e inadvertida de ideologías, y éstas suelen falsear prioridades o desviar sus resultados benéficos hacia la clase hegemónica. Igualmente, sus conocimientos pueden devenir ideologemas.

Para concretar, diremos que las estetologías cumplen con las siguientes funciones generales, sin intención de señalar las tareas específicas de cada una:

1. Producir conocimientos de las obras y abastecer los elementos de juicio correspondientes.
2. Traducir las innovaciones formales de las obras en conceptos. La obra de arte no es un documento científico sino invención; aporta, a lo sumo, conocimientos sensitivos o empíricos y éstos y ésos deben ser vertidos en racionales.
3. Establecer los vínculos de las obras entre sí y de éstas con la realidad nacional o latinoamericana. En otras palabras, señalar lo nuestro de nuestras artes al lado de lo occidental de las mismas.

En 1834 el argentino Juan Thompson postulaba la insuficiencia de las obras para que exista una literatura nacional: requieren el establecimiento de los vínculos antes citados. Primero la argentina Beatriz Sarlo (1967) y luego la venezolana Beatriz González lo han mencionado como el primero en hacer estos planteamientos, y mucho después lo haría Octavio Paz:

> La misión de la crítica, claro está, no es inventar obras sino en ponerlas en relación: disponerlas, descubrir su posición dentro del conjunto y de acuerdo con las predisposiciones y tendencias de cada una. En este sentido, la crítica tiene una función creadora: inventar una literatura (una perspectiva, un orden) a partir de las obras. Por tal razón no hay literatura hispanoamericana aunque exista ya un conjunto de obras importantes. De ahí también que sea inútil preguntarse, como se hace con frecuencia, qué es la literatura hispanoamericana. Es una pregunta que, según se ha visto, no puede tener respuesta (O. Paz, 1984, p. 41).

Si esto sucede con nuestra literatura, qué decir de nuestras artes visuales que ni siquiera muestran la continuidad ni la unidad de la novela latinoamericana. Aunque enfurezca a los artistas, cabe concluir que sin un desarrollo de las ciencias del arte, no puede haber renovaciones importantes en la producción artístico-visual. Las obras están ahí, pero todavía esperan que los analistas señalen lo nuestro al lado de lo internacional u occidental de las mismas.

Pasemos luego a las relaciones de las estetologías con las ideologías dominantes. En ningún caso estamos contraponiendo ciencias e ideologías en un sentido althusseriano; les reconocemos sus vínculos mutuos, pero al mismo tiempo las diferenciamos entre sí. Recordemos a Lenin que las diferenció al contraponer las ideologías dominantes de la clase hegemónica a las científicas del proletariado. Las ciencias pueden desenmascarar ideologías y éstas intervenir en la producción científica y condicionar su curso. En realidad, las ideologías y las ciencias favorecen por separado a los ideales de cambio o a los de permanencia, y ambos pueden coincidir o contraponerse. Las ciencias producen conocimientos que pueden devenir ideologemas. Total: ideologías y ciencias son distintas; las primeras valoran conocimientos y las otras los producen.

El desarrollo de las estetologías, por último, tiene que ver también con la necesidad de todo Estado de promoverlas; no sólo con el propósito de conocer nuestras realidades estéticas inmediatas, sino también para disponer de conocimientos frescos con los cuales remozar los ideologemas de las ideologías dominantes, previa desvirtuación de las rupturas. No bastan los agentes ideológicos. Son necesarios igualmente los analistas de la realidad estética de espíritu progresista, por lo menos, capaces de desenmascarar fetichizaciones y falsas conciencias. No importa si sus productos entren a la lucha ideológica y puedan ser aprovechados para remozar las ideologías dominantes.

Como signo de dependencia y subdesarrollo, nuestros países carecen de actividades estetológicas. Todo debe ser importado, y entre los artistas y los aficionados reina el desconocimiento de la realidad estética en la que ellos actúan. Sobre todo hace falta un pensamiento lógico y crítico desarrollado. Carecemos, por ende, de los arrestos conceptuales o teorizaciones para combatir las ideologías dominantes y denunciar sus falacias. Todas las preocupaciones del Estado están dirigidas a desarrollar el pensamiento mítico en general y las actitudes sensitivas o sensibilidad en particular. No por nada, éstas son fácilmente manipulables; no así el pensamiento lógico, crítico y dialéctico.

Por lo demás, aspectos similares obtendremos si estudiamos las artesanías o los diseños.

CAPÍTULO II

Los conceptos fundamentales

A. LO ESTÉTICO Y LO ARTÍSTICO DIFERENCIADOS ENTRE SÍ

En la cultura occidental, así como en sus satélites y zonas de influencia, predomina hoy en número y fuerza el grupo de productores, distribuidores y consumidores de arte que ve sinonimia entre lo estético y lo artístico, y por tanto emplea indistintamente uno u otro término para referirse al mismo fenómeno. Mucho menor es el grupo de quienes toman lo estético y lo artístico como dos fenómenos extraños y hasta opuestos entre sí: el primero atañe exclusivamente a la naturaleza y el segundo a los productos humanos. Un tercer grupo, también pequeño –pero realista–, prefiere ver oposición complementaria entre los dos vocablos como en todos los pares dialécticos de la realidad.

Según esta última posición, que es nuestra dialéctica, lo estético viene a ser lo mismo que sensibilidad o gusto. Cubre todos los sentimientos relativos a alguna de las categorías estéticas que han venido siendo reconocidas como tales a lo largo de la historia humana, y que encontramos presentes en la naturaleza (los comportamientos huma-

313122

nos incluidos) y en los productos de las artes, artesanías o diseños, a saber: belleza o fealdad, dramaticidad o comicidad, grandiosidad (lo sublime) o trivialidad, novedad o tipicidad.

Lo artístico, en cambio, incumbe al sistema de producir objetos, imágenes o acciones destinadas a satisfacer necesidades estéticas de su colectividad. El sistema involucra, en consecuencia, consumidores y distribuidores, así como las categorías estéticas, en cuyo entorno gira un cuerpo de ideas con sus ideales y necesidades, intereses y experiencias o conocimientos, y problemas o posibilidades. Tales ideas son productos de la cultura occidental; cambian con la historia, imponen mayor racionalidad a lo artístico que a lo estético y hoy zozobran por doquier, en el mundo, después de haber sido difundidas por dicha cultura como las únicas válidas o las mejores.

La principal razón para diferenciar lo estético de lo artístico estriba en el hecho lógico y de forzosa aceptación de que los primeros sentimientos estéticos aparecen en las relaciones que el hombre entabla con la naturaleza –sus semejantes incluidos– y no con los objetos o productos humanos, según hoy tendemos a pensar obnubilados por un articentrismo, como si las denominadas obras de arte fuesen el inicio de nuestra vida estética o lo más importante de ella. El *homo faber* antecedió al *homo sapiens*, pero en el primero –que aún estaba en camino de ser hombre–, venía ínsita la transformación del sentimiento animal en estético y, por ende, humano. Las primeras relaciones estéticas fueron probablemente generadas por lo sublime (o grandiosidad) de la naturaleza, al producir ésta temor y a la vez admiración, o bien por lo placentero de la utilidad de algunos productos naturales.

Las categorías o sentimientos estéticos son, pues, productos humanos o, lo que es lo mismo, productos de la capacidad o facultad humana de sentir (la sensibilidad o el gusto). Pero al mismo tiempo son productos culturales, en tanto las facultades humanas son potencialidades que se concretan en la realidad histórica y social. En otras palabras, son productos culturales ante una naturaleza sin intencionalidades estéticas; incluyendo productos tales como las colmenas producidas por unas abejas a fuerza de instinto, al igual que las puntas de piedra de los antropoides que antecedieron al ser humano. Repetimos, la sensibilidad –como toda facultad humana– se concreta en las circunstancias de la época y lugar donde nace y crece.

Lo artístico también es un producto cultural, pero derivado de lo estético en su calidad de concreción de la facultad denominada sensibilidad o gusto. De ahí que mientras lo estético es sinónimo de sensibilidad o gusto que posee todo hombre, lo artístico es optativo y requiere una educación especial previa (lo estético, si se quiere, demanda una educación ecológica para concretarse; lo artístico exige una educación verbalizada). Además, lo artístico incumbe solamente a los bienes culturales (no a la naturaleza) y presupone en los productores de éstos una intencionalidad artística, de suyo profesional. En consecuencia, no son artísticas las actividades pictóricas de los niños ni las de los locos, como tampoco las de los pintores de domingo; son estéticas, o mejor dicho, lingüísticas con ribetes estéticos. Por ser estéticas ya no interesa si son conscientes o inconscientes, sabidas o ignoradas por el productor.

En todo esto que acabamos de manifestar, tendremos como principal ventaja la de diferenciar lo estético de lo artístico, pues podremos poner un orden en nuestras relaciones con los bienes naturales y, a la vez, con los culturales o artísticos. El hombre diferenció siempre entre lo natural y lo cultural para orientarse mejor en el mundo, aunque no existan realmente diferencias tajantes. El hombre,

por ejemplo, es naturaleza y cultura a la vez. Lo mismo ocurre entonces con las facultades humanas: son naturales o comunes a todos los hombres, pero como tales requieren una concreción histórica o cultural. Para salir del aprieto, sólo nos queda aludir a la sensibilidad estética como un sistema cultural común a todos los hombres, y a lo artístico como un sistema cultural perteneciente a un determinado grupo humano que lo adquirió por educación. Lo estético como facultad de sentir, es lo mismo que la facultad de hablar; todos los hombres hablan pero unos lo hacen en chino y otros en inglés. Y entre los que hablan inglés sólo unos cuantos hablarán de filosofía o de química. Dicho sea de paso, también se da la dualidad en lo estético: es un sentimiento pero también un ideal, en cuanto implica conocimiento, tanto sensitivo como racional.

Como resultado de separar lo estético de lo artístico tendremos en la obra de arte elementos estéticos, además de los artísticos y de los temáticos o no-artísticos-ni-estéticos. En la sociedad, mientras tanto, habrá una cultura o realidad estética, en cuyo interior funciona una cultura artística aparte de la artesana y la de los diseños. En otro capítulo nos ocuparemos de las artesanías y de los diseños como sistemas similares al de las artes, pero como propias de otras realidades socioculturales o históricas.

La posición dialéctica que distingue lo estético de lo artístico tiene sus razones de tipo conceptual e histórico; sobre todo, de utilidad práctica para todo estudio y comprensión actuales de muchos aspectos del fenómeno del arte. Esta posición no es nueva. La tuvieron muchos estudiosos europeos de fines del siglo pasado o a comienzos del presente, tales como J. M. Guyau, K. Fiedler, M. Dessoir, E. Utiz, J. Mukakovsky. Ellos señalaron la necesidad de diferenciar entre la Estética –disciplina filosófica ocupada en estudiar la belleza y demás categorías estéticas–, y la teoría de

arte. Tal teoría venía perfilándose desde el siglo XVIII para fundamentar la primacía mundial del arte occidental, que sufría lamentables atrasos de crecimiento en comparación con la historia del arte y respecto a las prácticas de los artistas.

En realidad, desde muy temprano el hombre se ocupó de la belleza y demás categorías estéticas de su entorno. Fue A. Baumgarten en 1750, quien al emancipar dicha ocupación con el nombre de Estética, le inserta las cuestiones de las artes (Ch. Nwodo, 1984). De aquí provienen las confusiones actuales. Desvincular lo estético y lo artístico no implica, sin embargo, un regreso al pasado, sino que corrige simplemente un error de más de dos siglos; error propio de una época que inventa el apelativo *Bellas Artes* para diferenciarlas de otras actividades hasta entonces denominadas también artes mecánicas o liberales, y que redujo la sensibilidad a la belleza. No sólo es de nuestro tiempo la necesidad de separar lo estético de lo artístico. El hombre siempre distinguió, en su vida diaria, entre la belleza de una mujer o de una flor y la artística: nunca se le ocurrió denominar artística a la belleza natural. Diferenció naturaleza de cultura. Los estudiosos del pasado, por su parte, recurrieron al gusto cuando quisieron señalar la sensibilidad o la subjetividad, con el fin de acentuar sus diferencias con lo artístico, como en el caso de I. Kant con su célebre antinomia del gusto. Por añadidura, en la Grecia clásica y en el Medioevo no siempre los filósofos identificaron el arte con la belleza o lo estético. También el arte fue *tejne y* mímesis y más tarde revelación divina.

La necesidad de diferenciar que nos ocupa, saltó a la vista con la aparición de la fotografía, en tanto ésta captó con fidelidad bellezas naturales y culturales, destronó la mímesis como valor artístico y generó la urgencia de diferenciar la belleza fotográfica de la fotografiada; la cultural de la natural. Como consecuencia, el arte se libera de la mímesis

e inicia en Occidente su alejamiento de la belleza. Estas razones históricas llevan a P. Cezanne a la acentuación del plano sintáctico con sus bellezas formales, en lugar del semántico y sus bellezas naturales. Propiamente, toda diferenciación implica un paso adelante del pensamiento humano, pues lo aleja más todavía del sincretismo de los albores de la humanidad. La diferenciación entre lo estético y lo artístico es hoy familiar para muchos teóricos socialistas, tales como M. Kagan, C. A. Nedoshivin, E. John y H. Koch; también para algunos de habla inglesa, como T. Kulka y S. Nwodo.

Basta una ligera mirada para percatarnos de que, en realidad y en su gran mayoría, la población mundial no está en contacto con manifestaciones susceptibles de ser denominadas artísticas en el sentido occidental del término, si distinguimos éstas de las estéticas. Todo hombre posee una particular sensibilidad o capacidad humana de sentir las categorías estéticas, pero debe aprender a sentirlas en su concreción histórica; adquiere los sentimientos de belleza y demás categorías estéticas y con ellos enfrenta los objetos y gente, la flora o fauna, los paisajes o comportamientos humanos de su entorno diario. Todo hombre hállase animado de preferencias, aversiones e indiferencias sensitivas, que regulan sus relaciones con la realidad cotidiana. En consecuencia, no podemos prescindir de las actividades estéticas; en cambio las artísticas nos son opcionales y requieren de una educación especial.

Los sentidos nos permiten percibir las obras de arte, en su calidad de objetos; objetos que rotulamos pinturas, esculturas, dibujos o grabados, los percibiremos así, naturalmente, cuando hayamos adquirido las acepciones respectivas durante nuestro aprendizaje ecológico. Del mismo modo la sensibilidad nos capacita a reaccionar con sentimientos de placer o desplacer ante la obra de arte que atrae nuestra

atención. La razón, por su lado, hace posible que leamos los significados de las figuras en las obras de arte. Para todo esto nos bastan las experiencias y conocimientos –incluso las nociones– de arte que nos suministra la "educación" ecológica u homeostática. Ésta modela parte de nuestra conciencia. Para poder consumir la obra de arte de manera auténticamente artística será menester, con mayor razón, pasar antes por un aprendizaje y adquirir conocimientos de historia y de teoría de arte, así como experiencias sensoriales y sensitivas. Aludimos a estas últimas porque en la obra de arte lo artístico viene junto con lo temático y con lo estético, y cada concepto demanda distinto equilibrio entre nuestros sentidos (sensaciones), sensibilidad (sentimientos) y razón (conocimientos).

Todos estos hechos nos exigen separar entre sí los diferentes componentes de la realidad y las distintas modalidades y los equilibrios de percibirla y conceptuarla. Cuanto más dividamos y dispersemos más nos aproximaremos a la complejidad de la realidad interna de los objetos y de los sujetos, siempre en interdependencia, aunque separables. En la realidad de la obra de arte diferenciamos hoy lo estético, lo artístico y lo temático, porque aludir a lo artístico como un todo pertenece al pasado y niega la realidad. Como ya lo mencionamos, ver la obra de arte dividida constituye una de las ventajas más importantes de separar lo estético de lo artístico.

Diferenciamos los componentes entre sí y con respecto a la totalidad del objeto o realidad, para lograr mayor eficacia científica en su estudio. Esto requiere obviamente una división similar en las sensaciones, en los sentimientos y en los conocimientos que intervienen en nuestra percepción o conceptuación de una realidad. Unas veces nuestros sentidos y sensibilidad se centran en lo sensorial de la realidad; otras, nuestros sentidos, la razón empírica y la sensibilidad

se combinan para enfocar lo estético; o bien, nuestros sentidos, la razón artística y la sensibilidad estética enfrentan conjuntamente lo artístico. Todos los aficionados actúan de diferente manera. A unos les basta responder con un "me gusta" o un "no me gusta". Otros leen tan sólo el tema, mientras muy pocos conocen las relaciones posibles de la obra con su sistema artístico y muy poco pueden decir de lo que ella toma del sistema y lo que lo retroalimenta.

Obsérvese que si igualamos lo estético y lo artístico, primará la confusión y tomaremos el rábano por las hojas, gato por liebre.

La sensibilidad o facultad de sentir (lo estético incluido) complementa la razón o facultad de pensar y la reemplaza. La reemplaza cuando ésta agota sus argumentos y nuestro sistema de decisiones –aun las prácticas–se ve en la necesidad de apelar a la sensibilidad o al gusto. Esto sucede cuando al no atinar a elegir un bien cultural –entre varios– porque nos faltan conocimientos, elegimos el que más nos gusta por sus formas y colores. De ahí que muchas personas, a quienes no se les ha proporcionado educación para su pensamiento lógico y crítico (como a los analfabetas), se ven obligadas a orientarse en su vida diaria a fuerza de intuición o sensibilidad. Ésta complementa la razón porque el hombre requiere conocimientos sensibles junto a los racionales, y porque toda realidad contiene elementos sensitivos, sea por su naturaleza o por ser incognoscibles para la razón. La objetividad y la subjetividad, en suma, se complementan y la una no existe sin la otra. Sobre todo, porque el valor del objeto deja de ser potencialidad cuando un sujeto lo valora. Para que exista en realidad el valor, es indispensable la valoración de un sujeto.

Nadie lo duda: la sensibilidad y la razón son facultades humanas que se concretan en las particularidades de cada momento histórico. Pero resulta que si igualamos lo estético y lo artístico estaremos admitiendo, de hecho, que el arte es una facultad humana, tal como lo postuló siempre la cultura occidental oficial. Estaríamos, pues, entreverando lo natural y lo cultural. Si bien el arte es un fenómeno humano, dista mucho de ser natural o biológico: es cultural. Por añadidura, las facultades humanas son distintas a sus productos y a sus actividades culturales como, por ejemplo, el pintar o esculpir, el multiplicar o el dividir. Las artes y las ciencias son productos humanos o, lo que es lo mismo, culturales; y no pueden ser confundidos con la facultad que les dio origen: la sensibilidad a las artes y la razón a las ciencias.

La definición occidental de arte afirma que la producción de objetos bellos u obras de arte (estéticas, en realidad) es común a todos los hombres; es decir, se basa en el trabajo simple (pintar o esculpir) y en sus productos (pinturas o esculturas) que siempre existieron en todo tiempo y lugar. En verdad, tal trabajo y productos no son, de por sí, artísticos. Recordemos: no hay diferencias sustanciales entre unos anuncios viales con figuras pintadas a mano y unos murales figurativos, ni entre sus trabajos simples que les dieron origen. Se diferencian –eso sí– en los principios, medios y fines de sus procesos psíquicos y los sociales: los propios de los diseños en los anuncios, y los artísticos en los murales.

Para muchos, el pintar de un niño o el de un adulto aficionado es artístico, así como que quien pinta es, de *facto*, un artista. Realiza el mismo trabajo simple y obtiene el mismo producto que los profesionales. Si ellos denominan artístico al trabajo y al producto, es porque piensan en lo estético o en la sensibilidad como facultad humana. El niño realiza actividades pictóricas cuando pinta, y también matemáticas al multiplicar o dividir, pero no por esto es matemático ni artista. El laberinto conceptual que rodea al "arte" de los niños viene de la sinonimia entre lo estético y lo artístico.

Los niños realizan propiamente actividades comunicativas o lingüísticas, y su carga estética proviene de una conciencia pobre en informaciones y en racionalidad pero muy rica en sensibilidad.

Para ser exactos, los niños se expresan o, si se quiere, los domina una fuerte expresividad, y lo hacen sin tabúes ni cortapisas; sus fines suelen ser autoremunerativos, como cuando los monos pintan (D. Morris, 1971). Pero es muy posible que los niños comiencen a pintar porque les resulta imperativo desarrollar su capacidad de figurar o de representar gráficamente la realidad visible; desarrollo que va junto con el del idioma hablado y antecede al escrito, así como ocurre después con el de modelar figuras en bulto. Una vez dominando las actividades de figurar, los niños dan rienda suelta a su expresividad, pero sin siquiera intentar producir innovaciones. Al igual que las abejas cuando construyen su bella colmena, ellos (los niños) no tienen conciencia estética, menos aún artística; si tienen la estética, no es profesional ni cultural. Nosotros por lo menos tenemos conciencia cultural de la belleza de la colmena y de los dibujos de los niños. Éstos y los adultos aficionados pueden pintar a través de los siglos y, a pesar de ello, nunca aportarán innovaciones artísticos. Al no estar su imaginación sujeta a la realidad, deja de ser creativa; lo mismo sucede con los locos. La memoria no existe en éstos y hállase vacía en los niños.

La confusión se agrava cuando nos dejamos arrastrar por los individualismos, e identificamos expresividad con creatividad. Toda creación expresa, pero no toda expresión es creación. A este embrollo se suma el de confundir afición con profesionalismo. Por desgracia hoy dominan a la conciencia artística los intereses sociales o los narcisistas. La gran mayoría de los artistas ve sus obras como testimonios sociales o como prolongaciones de su subjetividad personal; las obras constituyen autobiografismos o espejos narcisistas. Así, el arte termina poniéndose al servicio del individuo (casi siempre de terapia), cuando debe suceder lo contrario: el artista ha de ponerse al servicio del arte para retroalimentarlo. Está obligado a tomar conciencia de su primer deber profesional: retroalimentar al sistema artístico por él elegido para evitar su muerte o esclerosis. En tal sentido, la objetividad de su pensamiento lógico, crítico y dialéctico debe equilibrar los desmanes de su subjetividad. Lo mismo cabe reclamar en lo estético: el artista debe renovar igualmente los valores estéticos colectivos de acuerdo con los cambios históricos o sociales.

Veamos ahora unas cuantas ventajas más que resultan del hecho de poner lo estético por un lado y lo artístico por el otro.

Se nos viene a la mente la ventaja de hacer posible un mejor estudio de las categorías estéticas por separado; esto es, sin confundirlas con los aspectos artísticos de la obra de arte. Por ejemplo, nos podemos referir a la novedad como una categoría estética básica tan olvidada actualmente, quizás a causa de su abuso por los vanguardismos. En ella insistió el filósofo inglés del siglo XVIII J. Addison (R. Dix, 1986), y con razón. Pues la novedad suscita emociones en muchas personas, pero sin por esto constituir un valor artístico; siempre es un valor estético y muy pocas veces artístico. Lo mismo sucede con la fealdad, también una categoría estética que de ninguna manera constituye algún valor artístico *per se* (positivo). La posibilidad de separar entre las categorías estéticas beneficia a los artistas con una mejor visión de sus probabilidades creativas o productivas.

Los artistas jóvenes –recordémoslo– ponen hoy precisamente en discusión lo estético; no sólo abandonan la belleza sino que exaltan las categorías olvidadas, y hasta buscan nuevas más acordes a nuestro tiempo. No en vano, las mis-

mas categorías existen desde hace siglos y apenas si se les ha agregado la trivialidad. Es más, algunos artistas, tales como los conceptualistas, buscan manifestaciones artísticas exentas de elementos estéticos. Para ellos, los elementos racionales también tienen efectos estéticos, dado que la sensibilidad descansa sobre conceptos, además de experiencias.

Al insistir en las ventajas de diferenciar lo estético de lo artístico, el israelí T. Kulka (1981) presenta como prueba el valor de *Las señoritas de Avignon* (1907) de P. Picasso. Su valor es, sin duda, artístico y en ningún caso estético. Si bien cabe encontrar como categoría estética a la dramaticidad o fealdad en las figuras, y hay belleza formal en su composición y ritmos que nos suscitan placer, no aporta nada nuevo en lo sensitivo: las categorías no llegan a valores. La obra carece, por tanto, de valor estético.

Tanto estudiosos como artistas de avanzada suelen incurrir en el error de identificar lo estético con la belleza únicamente, y asumen actitudes antiestéticas –según ellos– no obstante seguir usando otras categorías estéticas como la fealdad, dramaticidad y trivialidad. Sin embargo, su antiesteticismo consiste, en muchos casos, en ir contra la supremacía de cualquier categoría estética para dar paso a los conceptos.

Otra prueba de T. Kulka es la utilidad de poder diferenciar la obra original de cualesquiera de sus copias fieles. Original y copia tienen el mismo valor estético, pero sólo la primera tendrá un valor artístico, ya que sólo ella puede ser la que aporta innovaciones; la copia las repite. T. Kulka también se refiere a la ventaja de comprender mejor algunos aspectos de la historia del arte. Por ejemplo: lo artístico cambia, no así lo estético, porque las categorías estéticas no se transforman con el tiempo aunque adquieran distintas concreciones e intensidades. La calidad artística no es acumulativa, en el sentido de que las obras de arte de nuestro tiempo sean mejores que las del pasado. Hay, sin embargo, avances en la calidad estética durante el proceso de consolidación y apogeo de un estilo o tendencia, vale decir, antes de su descenso. El consumo de obras del pasado, por último, fue en su tiempo estético y religioso o temático. En cambio, hoy vemos su valor artístico y lo intelectualizamos, mientras el estético conserva intensidad y lo sentimos.

Por nuestra parte, vemos en la separación entre lo estético y lo artístico la ventaja de ofrecernos la oportunidad de separar las artesanías gremiales, las artes y los diseños entre sí, como variantes históricas de la cultura estética de Occidente y como los tres sistemas de producir objetos de naturaleza estética que se suceden en el tiempo y hoy coexisten en nuestros países. En otras palabras, se suceden tres estéticas distintas, cada una se diferencia en su concreción histórica. La separación de los tres sistemas significará llevar hasta las últimas consecuencias el hecho de diferenciar lo estético de lo artístico.

Otra ventaja: la posibilidad de considerar lo estético como fuente y como destino, a la vez, de las artesanías, las artes y los diseños. Si tomamos la cultura estética de la colectividad como la matriz de los artes, podremos estudiar éstas ligándolas a la sociedad. En realidad, esta cultura explica a las artes y no al revés, como postulaban anteriormente las estéticas preindustriales o prefotográficas (E. Pracht, 1978). Artesanías, artes y diseños se orientan hacia la sensibilidad estética, con la diferencia de que las primeras lo hacen por medio del tema religioso, las segundas a través de las bellezas formales más las apreciaciones artísticas, y los terceros utilizan un valor de uso práctico. Las artesanías hablan a los feligreses, las artes a los individuos y los diseños a las masas.

En resumen, la diferenciación de lo estético y lo artístico nos permite estudiar mejor –por separado– las complejas

actividades de producir, distribuir y consumir artesanías, artes y diseños. Igualar lo estético y lo artístico implica hoy favorecer la promiscuidad conceptual que tanto beneficia a las ideologías dominantes.

De la diferenciación entre lo estético y lo artístico, cabe derivar las siguientes conclusiones:

1. Existe una cultura o realidad estética en toda sociedad que entraña un sistema axiológico y tres sistemas de producción especializada de objetos e imágenes.
2. Habrá necesidad, en consecuencia, de una disciplina que la estudie y que denominaremos estetología, término poco usado.
3. En la cultura estética de Occidente se sucedieron, de acuerdo con las necesidades históricas, las artesanías gremiales, las artes y los diseños, que hoy coexisten en nuestros países.
4. La obra de arte, por tanto, contendrá elementos estéticos, sistémicos y temáticos con sus respectivos efectos varios.

B. LA CULTURA ESTÉTICA

Cada día se nos evidencia más a los estudiosos la conveniencia de partir de una teoría general de la cultura si de veras pretendemos conocer a fondo las intrincadas realidades estéticas y sus relaciones con la colectividad, sociedad o país, donde brotan y crecen. El todo esclarece mejor cada una de sus partes, que al revés. Para los materialistas, la cultura de una sociedad consta de la cultura material con sus diferentes modos de producir, distribuir y consumir los bienes destinados a satisfacer las necesidades de subsistencia material de sus miembros. Al lado de la material y en

interacción con ella, bulle y fluye la cultura espiritual, integrada por los diferentes modos productivos, distributivos y consuntivos respecto a los bienes que forman y nutren la conciencia de la gente.

Dentro de la cultura espiritual se halla la cultura estética, cuya urdimbre cabe definir de varias maneras: reunión de ideales y sentimientos de belleza o fealdad, dramaticidad o comicidad, lo sublime o lo trivial, la tipicidad o la novedad, registrables –como categorías estéticas– en los objetos y la gente, la flora y la fauna, los paisajes y los comportamientos humanos; conjunto de preferencias y aversiones imperantes en las sensibilidades de una colectividad, concernientes a nuestros cinco sentidos y a las denominadas categorías estéticas de la realidad del entorno; suma de relaciones sensitivas que mantienen los diferentes sectores de un país con las categorías estéticas de la realidad natural y la cultural; totalidad de modos viejos y nuevos, hegemónicos y populares de producir, distribuir y consumir bienes estéticos, bellos o expresivos, más los elementos naturales, en el caso del consumo.

La cultura estética puede ser también rotulada *formación* estética, en el sentido de coexistencia de diferentes modos de relacionarse con las categorías estéticas; modos en pugna como resultado de la lucha de clases, que cabe agrupar en dominantes, residuales y emergentes, y que devienen *ideologemas* tendientes a favorecer a la clase hegemónica o a la popular.

La cultura estética descansa sobre dos bases materiales: las necesidades de subsistencia material satisfechas y los espacios del hogar, la educación y el trabajo, capaces de suscitar un mínimo de agrado biológico y de placer estético. Sin estas dos bases, no hay ni habrá cultura estética sana en la colectividad ni en el individuo. El hambre, la promiscuidad y la insalubridad de los tugurios espantan a la belle-

za. En estas miserias se da la dramaticidad, pero es sufrida en carne propia y no en efigie. No es lo mismo contemplar unas figuras pintadas de seres hambrientos que el hambre real del hombre de carne y hueso.

Para ocultar estas dos condiciones materiales, los idealismos centraron las artes y lo estético en la excepcionalidad, con el fin de atribuirles efectos purificadores en el sentido de la comunión católica. No importa si llevamos una vida diaria sin bellezas ni alegrías, lo decisivo está en purificar de vez en cuando nuestra sensibilidad con la vivencia de una obra de arte o de una bella puesta de Sol. Además, con la laicización y la intelectualización de las artes, la burguesía las alejó aún más de la cotidianidad del hombre común, a la cual se dirigían las artesanías y hoy lo hacen los diseños.

Nuestros países poseen, sin duda, una cultura estética popular muy atractiva y vigorosa. Pero esa cultura hállase colmada de miserias e infortunios, propios de las sociedades clasistas, las que para remate son dependientes y sojuzgadas. Los alimentos, espacios y objetos de nuestras mayorías demográficas son escasos y paupérrimos, y sus situaciones, trágicas. En el mejor de los casos optan por la música o la danza, la canción o la comicidad, como escapes festivos. En rigor, nunca los estetólogos pusieron atención en la cultura estética popular. Abundaron, eso sí, en las bellezas mitológicas y aristocráticas. Escapa a ello el cristianismo en sus épocas feudales de verdadera popularidad. Así Occidente impuso al mundo sus bellezas y la clase dominante las suyas a su país. Como es fácil colegir, la identificación de lo estético con la belleza de manera exclusiva o predominante, obedece a intereses de dominio. En realidad existen estéticas de la pobreza y del sojuzgamiento, cuyas bellezas contravienen a los valores de las clases dominantes.

Nuestras culturas estéticas populares son doblemente subordinadas y predominantemente consuntivas. Los sec-

tores populares no intervienen en la distribución de bienes estéticos; su producción de objetos está dirigida al consumo de la clase media y del turismo, mientras sus usos y costumbres son rurales y pretéritos. Su consumo, además, hállase regido por los medios intelectuales que desde arriba les impone el populismo y demás demagogias, y desde afuera la industria cultural de los países más fuertes.

Si bien los sentimientos intervienen en toda manifestación cultural y nos es dable hablar de un *pansensitivismo* (porque los sentidos y la razón nunca operan sin la sensibilidad), nos resulta imposible afirmar lo mismo respecto a los sentimientos estéticos. No hay *panesteticismo* posible. La sensibilidad estética es parte, obviamente, de la cultura estética y opera en interrelación con los demás sentimientos. Sus elementos no necesariamente intervienen en toda práctica humana. Diferenciar los sentimientos estéticos de los demás es tarea ardua, pues sus desemejanzas andan escondidas y varían con la historia, la sociedad y la clase social.

Existen distintas clases de sentimientos (J. Ferrater Mora, 1971): los vitales o biológicos que son los del interior de nuestro cuerpo; los sensoriales o sensibles que la realidad externa suscita en nuestro cuerpo y demás sentidos; los afectivos o psíquicos de nuestros comportamientos que se reducen en agradables o desagradables; y, por último, los espirituales –los estéticos incluidos–, que conciernen a las actividades diarias, festivas y correctivo-renovadoras de nuestra sensibilidad, en torno a las categorías estéticas. Una división así de los sentimientos nos hace ver la importancia de los vitales y de los sensoriales como la base material antes mencionada. Tales sentimientos deben generar los efectivos de agrado para no interferir en el brote de los estéticos. Todo placer estético es continuación de algún grado biológico de tipo sensorial.

Gracias a la fusión *sentidos/sensibilidad/razón,* los seres humanos sentimos las sensaciones de una realidad, así como sentimos también la realidad misma, en tanto la intelegimos. Oímos un ruido, cuyas particularidades nos impelen a intelegir el tren del cual viene, pongamos por caso. Asimismo sentimos los efectos de tales sensaciones, esto es, agrado o desagrado. Por consiguiente, sentimos las realidades como causas y también sus efectos; además, desde luego, de sentir los sentimientos de agrado o desagrado. Quiere decir, entonces, que todo se traduce en sentimientos afectivos de agrado o desagrado, tanto los biológicos como los sensoriales y los espirituales; estos últimos pueden ser religiosos, políticos y científicos, artísticos, tecnológicos, etcétera. (No consideramos la indiferencia, por no ser un sentimiento en el sentido estricto.) Recordemos la facilidad con que todavía hoy confundimos causa y efecto cuando identificamos la belleza con el placer, e incurrimos en el error de tomar todo placer por belleza. Es muy frecuente la confusión entre categorías, entre sentimientos y entre valores estéticos, así como entre las categorías, sentimientos y valores.

Por herencia (historia), adquisición (cultura) e importación (dependencia), en las sociedades actuales circulan ideales y sentimientos, preferencias y aversiones de distinta naturaleza y grado respecto a las categorías estéticas: belleza y fealdad, dramaticidad y comicidad, trivialidad y grandiosidad, tipicidad y novedad. Estas categorías delimitan el campo o naturaleza de la cultura estética. Los diferentes ideales y sentimientos, preferencias y aversiones integran, a su vez, la formación estética, pudiendo dividirlos, como ya lo mencionamos, en dominantes, residuales y emergentes, en cuanto al tiempo, y en hegemónicos y populares según la clase social que favorecen. Cada clase social posee, por tanto, un sistema diferente de valores estéticos, siempre en pugna entre sí, como una versión de la lucha de clases.

Las categorías estéticas se concretan de distinta manera en cada clase social y en cada individuo.

En estas sociedades el individuo elige sus modos y medios, ideales y sentimientos, preferencias y aversiones estéticas de sus cinco sentidos. Los elige entre las posibilidades que le ofrece la sociedad en su formación estética. Todo depende de la actitud con que se elija: progresista o conservadora, revolucionaria o reaccionaria. Propiamente, la ecoestética impone hábitos al individuo dentro de una relativa libertad de elección. Como resultante, posee un sistema de valores estéticos en forma de ideales o paradigmas, que regulan sus reacciones de agrado o desagrado ante las categorías estéticas. Si el individuo se atiene acríticamente a este agrado o desagrado, puede confundir el sentimiento biológico con el estético o el artístico. De allí la importancia de tomar conciencia de las categorías, valores y sentimientos estéticos. Desafortunadamente, pocos cuentan con recursos intelectuales para establecer esa diferencia.

Por lo general, los individuos traen consigo una orientación axiológica y otra teleológica, que los obligan a buscar realidades confirmatorias de sus hábitos y preferencias. Pocos se preocupan por superar la vida vegetativa de la permanencia con el disfrute de bienes culturales de efectos correctivo-renovadores. Nuestro análisis del consumo de la producción detallará, en otros capítulos, los procesos individuales del receptor y del productor de manifestaciones estéticas.

Para una mejor comprensión de los procesos colectivos de nuestras culturas estéticas adoptaremos el criterio leninista de la existencia de dos culturas en todo país clasista: la hegemónica y la popular o subalterna.

Como es de suponer, no hay una separación tajante entre ambas, pues amplios círculos demográficos las mezclan aunque predominen las presiones hegemónicas sobre la

cultura popular. Con todo, existen paradigmas de cada una de las dos culturas, a las cuales nos referiremos para explicar mejor la mecánica de nuestros procesos civilizatorios y los culturales. El esquema 4 nos da una visión al respecto.

Nuestras culturas hegemónicas nacionales dependen directamente de la cultura hegemónica internacional, que no es otra cosa que la cultura de los países más fuertes. Dependen en cuanto las tecnologías y las ciencias, las artes y los diseños, la filosofía y la religión practicadas en América Latina, son transplantes de las internacionales que controlan y disfrutan los grupos hegemónicos. Quiéranlo o no los artistas, sus actividades pertenecen a la cultura hegemónica, al igual que las de los médicos y los químicos. Lo mismo sucede, por otro lado, con los intereses económicos de nuestras clases dominantes: están subordinados a los intereses internacionales.

El proceso civilizatorio de producir y de consumir bienes culturales nos exige cambios en algunos usos y costumbres, que no necesariamente mellan el proceso cultural de tendencia nacionalista. Los usos y costumbres hegemónicos son a tal punto productos de una fuerte occidentalización, que su cultura estética resulta una copia de los centros mundiales, todos ellos occidentales. Contribuye a este proceso de occidentalización la industria cultural en manos trasnacionales.

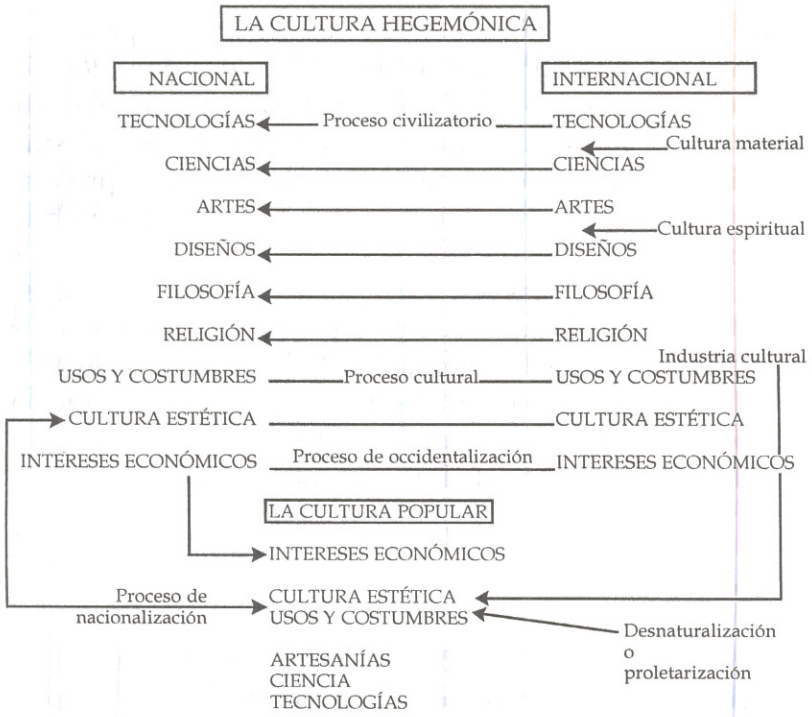
Mientras tanto, la cultura popular hállase sojuzgada, ante todo, en sus intereses económicos; y sus usos y costumbres obedecen a las presiones de la hegemónica, más las de la industria cultural, pero sin dejar de ejercer resistencia como parte del proceso de nacionalización. Las ciencias populares son empíricas –como la herbolaria–, y sus tecnologías –como la albañilería– sirven a la cultura hegemónica, y ésta algunas veces absorbe elementos de las artesanías con el fin de fortalecer sus artes. Con el tiempo, los valores de la cultura estética popular han sido desplazados, menospreciados y reemplazados por los hegemónicos u occidentales. Su occidentalización no sólo la detectamos en los bosques de antenas de TV que muestran los cinturones de miseria, sino también en el proceso mismo de desruralización o proletarización que anima a estos cinturones a causa del empobrecimiento del campo.

Más adelante pormenorizaremos la contextura de nuestras culturas estéticas populares. Baste por ahora describir su mecánica nacional e internacional. Veamos antes de dónde viene nuestra sensibilidad estética, tanto en la evolución humana (la filogénesis) como en la formación y crecimiento del latinoamericano de hoy (la ontogénesis).

Su filogénesis

En la formación milenaria del hombre encontramos algunas puntas de piedra labrada, confeccionadas por los pre-Neandertaler (150 000 a.n.e.). Al parecer, le bastó para ello una conciencia muy rudimentaria y casi animal, si nos atenemos al volumen de su cerebro que era la mitad del actual No nos escandalicemos: las abejas construyen bellas colmenas sin tener conciencia de ello. Las manos y demás sentidos del hombre ya estaban formados, gracias a su lucha por la subsistencia. Aquellos antropoides tuvieron seguramente una conciencia borrosa de lo que es una herramienta, pero muy clara de la utilidad de la misma para no perecer en la inclemencia de su medio ambiente. El *homo faber* antecedió al *homo sapiens*.

Cuando estudiamos el brote y la evolución de los sentimientos estéticos en la formación del hombre y en su historia como tal, hemos de diferenciar siempre entre nuestra conciencia y la que pudieron tener o no los hombres de



Esquema 4
LA CULTURA DE PAÍSES DEPENDIENTES

tiempos remotos. Esto nos evitará buscar lo imposible, como, por ejemplo, lo estético de la pureza formal y del desinterés que postulará milenios después la cultura occidental con *el arte por el arte,* producto decimonónico. Nosotros tenemos conciencia de la belleza de la colmena y de la condición de herramienta de una piedra pulida, pero no así las abejas ni el pre-Neandertaler; tampoco el Neandertaler cuando produjo la *Venus de Willendorf* (31 840 a.n.e.), o las herramientas para fertilizar el campo.

Dicho sea de paso, si somos partidarios de separar lo estético de lo artístico, no cabe aludir al origen del arte. Éste no tuvo origen, en cuanto a nacer completo, pues fue y es una sucesión de derivaciones o divisiones técnicas del trabajo de las diferentes tecnologías o lenguajes que fueron apareciendo, como nos lo atestiguan hoy, por comparación, la foto, el cine y la TV. Si el arte tuvo algún origen, fue en el sentido de poseer una finalidad y una función específicas que, no obstante cambiar con el tiempo, se diferencian de las tecnologías o lenguajes, de los cuales se fueron derivando las artes.

Con lo estético sucede lo mismo: no nació hecho. Vino, sí, de la sensibilidad que es una facultad de todo ser viviente, pero que fue brotando o evolucionando a medida que la sensibilidad animal del hombre se relacionaba con las categorías estéticas de la naturaleza, los hombres incluidos. Después vinieron los bienes culturales que exigían relaciones estéticas o que provenían de éstas.

Como materialistas, sabemos que el trabajo formó nuestras manos tal como hoy las tenemos; la sensibilidad biológica le vino antes con la animalidad. El trabajo devino así matriz de las sensaciones manuales y visuales de producción. Nos referimos al trabajo por la subsistencia humana (magia o tecnología), actividad que promovió el desarrollo biológico junto con el de los sentidos, así como el de la razón o conciencia y el de los lenguajes. Pero también fue decisiva la realidad natural del entorno para el desarrollo de la vista y el olfato, el gusto y el oído, más los sentimientos de placer de lo favorable o de desplacer de lo perjudicial.

Entre los trabajos humanos encontramos el desarrollo de la capacidad manual de figurar, que es representar gráficamente la realidad visible; trabajo igual al de aprender a representarla con sonidos o palabras. El figurar obedecía a fines tan indispensables para la vida humana como lo es la

comunicación. El escribir pictográfico devino primero una tecnología o lenguaje, del cual se fueron derivando varios usos estéticos. Es así como el hombre comenzó a desarrollar los patrones de ver y de representar la realidad, tanto en la memoria como en la modelación de bultos icónicos. Tales patrones constituyeron el pensamiento plástico (M. Kagan, 1974, pp. 243-249). El lenguaje y el pensamiento, el trabajo y las manos, el figurar manual y la sensibilidad visual se impulsaban mutuamente.

Antes quizás se habían venido afirmando los sentimientos biológicos, así como los sensoriales y los afectivos con respecto a la naturaleza. El hombre sintió entonces agrado o desagrado y de inmediato inventó el término belleza o fealdad para designar lo favorable o lo perjudicial, lo vital o lo mortal. No hubo belleza en el sentido formalista, dado que esto requería un pensamiento plástico evolucionado. El temor, la grandiosidad y la dramaticidad de la subsistencia ya habían despuntado. Había una sensibilidad, pero todavía dentro del sincretismo del hombre temprano y con el predominio de los sentimientos de utilidad vital.

El cavernícola de Altamira, un Cro-Magnon (30 000-10 000 a.n.e.), pintó bisontes (15 000 a.n.e.) de memoria con realismo visual, mientras en la Cueva Civil del Levante español, lo hizo con realismo conceptual de siluetas. En ambos casos actuó entonces con un pensamiento plástico. Es que el ver es una actividad metafórica (M. Kagan, 1974, p. 246), nunca lógica ni de simple registro. Además de figurar y de comunicar, el pintar bisontes implicaba magia, esto es, una tecnología de causa y efecto empíricos y de fines prácticos. Se pintaba un bisonte para propiciar su caza, así como se tocaban los tambores para promover la lluvia, puesto que el trueno precede a la lluvia. Es decir, el cavernario no pensó en seres sobrenaturales o dioses. Después, con la evolución, un hombre los imaginaría. Pero los imaginaría

como identificaciones de fuerzas naturales de importancia vital.

El agrado biológico, el de figurar fielmente y el de usufructuar una utilidad práctica venían entreverados como valores en el sincretismo del hombre temprano (E. Bliajer, 1980, pp. 267-305), cuya fragmentación o división técnica del trabajo irá aumentando con el tiempo. Si de algo estamos seguros, es que no había entonces la idea de belleza desinteresada y formalista, producto que Occidente principia a gestar en el siglo XVIII y consolida en *el arte por el arte* del siglo XIX. No había todavía una conciencia estética con respecto a los bienes culturales. Su agrado o desagrado era lo favorable o lo perjudicial de la naturaleza.

La magia, como invención de dioses, vendrá mucho más tarde y será una manifestación estética espiritualizada, aunque todavía mezclada con sentimientos religiosos, tal como sucedió durante los cuatro primeros siglos del Renacimiento. La confusión de valores no es ninguna novedad. Hoy mismo luchamos por esquivarla y evitamos tomar por belleza muchos de nuestros placeres personales. La confusión nunca terminará en la humanidad ni en la vida del hombre de carne y hueso.

En el Neolítico, cuando el hombre deja de ser nómada para formar ciudades y estructurar sociedades clasistas, fue acelerada, evidenciada y radicalizada la separación de valores, en calidad de fragmentaciones del sincretismo primitivo o como división técnica del trabajo. La conciencia axiológica se diversificó después de separarse de la cognoscitiva (M. Kagan, 1974, p. 261). La religión evolucionó y con ella aparecieron los sistemas estéticos de producción especializada, cuyos fines ya no eran de utilidad vital, sino religiosos con adherencias estéticas inconscientes. Esta conciencia religiosa-estética evolucionó hacia la necesidad de comunicación y como resultado aparecieron las artesa-

nías o artes precapitalistas, con su producción en serie de cerámica, textilería y cestería (5 000-4 000 a.n.e.), que demandaron una aplicación de los principios de ordenamiento formal (ritmos y simetrías, proporciones y direcciones).

La división técnica del trabajo avanzaba. El hombre adquirió una conciencia artesana y fueron incrementados y diferenciados los sentimientos espirituales. La conciencia artesana iba junto con la estética y ambas se inclinaban a la belleza, como primacía de lo útil, o a la fealdad y dramaticidad de las fuerzas sobrenaturales. Se inició la sucesión de los tres sistemas de producción estética que hoy conocemos: las artesanías, las artes y los diseños. Las tribus, las sociedades de producción asiática, las esclavistas y las feudales se suceden. Estas últimas son productos europeos y generan las artesanías gremiales, las cuales devinieron después matriz de las artes.

Su ontogénesis

Hoy por hoy, el hombre nace con la facultad o capacidad de sentir, y ha de concretarla irremediablemente entre las posibilidades que le ofrece el país a través de su clase social, principiando con la familia y continuando con la gente de su entorno y con la educación pública. El medio ambiente modela la sensibilidad en general, mientras una parte del mismo –que denominaremos *ecoestética*–, va moldeando sus necesidades estéticas. Las moldea mediante los diferentes espacios de cada clase social: el de los objetos, el demográfico y el intelectual. En estos espacios, y en el mismo individuo, subyace una idiosincrasia cuyos modos particularizan los comportamientos y elementos que van apareciendo en la sociedad, ya sea por importación o por generación intrasocial. Tales modos nos vienen en el legado cultural y

pertenecen a la psicología social de todo país o colectividad. Es así como todo lo que ingresa en los países latinoamericanos, ha de pasar por nuestra psicología social o idiosincrasia colectiva para ser refractado.

La ecología objetual imprime preferencias y aversiones sensitivas al individuo, en cuanto a percibir belleza y fealdad, lo sublime y la novedad, dramaticidad o comicidad, tipicidad y trivialidad en su ámbito cultural de los objetos, más el natural que cada día pierde fuerza en la modelación de la sensibilidad. Nuestros campesinos y los habitantes de los cinturones de miseria viven con objetos escasos y paupérrimos, y sus ideales actúan muy ligados a las necesidades primarias. Sus posibles ideales de belleza objetual se centran en los objetos de las clases medias y de las altas, para verlas como lejanas esperanzas de bienestar. Las clases medias entreveran los objetos populares con los hegemónicos, en tanto las altas privilegian muebles versallescos en sus salas de estar, sin dejar de adquirir aparatos de cocina de buen diseño que les dan *status*. Cada clase social tiene sus objetos preferidos; que el actual consumismo incrementa junto con sus insatisfacciones. Los mejores productos de las artesanías, como sabemos, son para el consumo de pequeños grupos mesocráticos o de turistas.

En toda sociedad latinoamericana la cultura hegemónica controla la producción y la circulación de los productos de las artesanías, las artes y los diseños. Pero estos últimos inciden en la sensibilidad con mayor fuerza; en especial los diseños audiovisuales y los icónico-verbales de las tiras cómicas y fotonovelas de la industria cultural. Como prueba, ahí están los bosques de antenas de televisión en los cinturones de miseria y las numerosas parabólicas en las zonas "residenciales". Los medios masivos imponen, sin duda, valores estéticos internacionales que van desplazando a los populares o nacionales.

Los diseños industriales y los gráficos influyen débilmente en la visión del hombre común; lo hacen a través de las vitrinas y las vías urbanas. La pobreza impide a nuestras mayorías demográficas consumir objetos o alimentos bellamente empacados mientras su analfabetismo las aleja del diseño gráfico. Además, sus espacios son insalubres y nada agradables. Los productos de las auténticas artesanías actúan en reducidas y muy apartadas comarcas, pero fuera de éstas carecen de importancia para la sensibilidad popular. Los productos de las artes tampoco llegan a dichas mayorías. Son las ideologías generales de arte las que lo hacen, como veremos más adelante.

La más eficaz modeladora de hábitos estéticos en el individuo es la demoecología, esto es, la gente del entorno, cuyos comportamientos y aditamentos corporales obedecen al proceso de occidentalización a que estamos sometidos, con una débil resistencia por nuestra parte. Es así como la clase hegemónica impone como superior la belleza de su gente y de sus aditamentos corporales, ayudada por los códigos cinematográficos y los televisuales de virilidad y feminidad. Las clases medias y las populares ya no imitan a las altas; interfieren los medios masivos y siembran los hábitos del gusto internacional. La clase media oscila entre el gusto hegemónico y el popular. Otra cosa son las clases populares: sus cinturones de miseria constituyen hoy, para muchos antropólogos, una alternativa cultural, vale decir, un crisol de nuestra nacionalidad, capaz de resemantizar los mensajes masivos e instituir nuevas escalas de valores de fácil popularización. Posiblemente la desruralización y la ilusoria proletarización que afecta a las mayorías demográficas, generen, con el tiempo, una cultura estética popular de tipo urbano o proletario, en reemplazo de la rural, hoy fenecente.

El espacio intelectual, por último, varía con cada clase social. Pero en todas influyen poderosamente las ideologías generales de arte que, favorables a la clase hegemónica, van de oído en oído, después de ser difundidas por los medios masivos. Estrechos círculos demográficos reciben la escasa producción latinoamericana de conocimientos científicos. Y como no teorizamos, desconocemos nuestras realidades estéticas y artísticas. Por eso imperan sin oposición las ideologías dominantes con sus tramposas generalizaciones y falacias, fetichizaciones y medias verdades.

En todo país los medios masivos, en especial el *diarismo* o mal periodismo (prensa y TV), crean un ámbito de banalidades con sus flores de un día, más sus fetichizaciones e hiperbolizaciones de lo sensitivo. La exaltación de los sentimientos, tan importantes para la política por ser de fácil manipulación, tiene por finalidad obstaculizar el desarrollo del pensamiento lógico, crítico y dialéctico. Cultura es periodismo y periodismo es entretenimiento, aun en las universidades. Todo esfuerzo intelectual es condenado por aburrido y por antiperiodístico. La educación pública refuerza tales banalidades y contribuye, sobre todo, a la obstaculización de la producción de conocimientos de nuestra realidad. Contamos con artistas admirables y nuestros pueblos disponen de una activa sensibilidad estética, pero seguimos mal como países. Es que, entre nosotros, muy pocos piensan.

En los países latinoamericanos, también existe el ámbito tan ignorado de los productores de bienes culturales que elaboran conocimientos de nuestras realidades colectivas, capaces de denunciar las falacias de las ideologías dominantes. De ellos suelen dimanar modos estéticos emergentes y favorables a los sectores populares, que son ignorados por los medios masivos y desvirtuados subrepticiamente por los que controlan el ámbito de banalidades ya citado.

Nos interesa conocer la sensibilidad popular, tan a merced de las ideologías dominantes que legitiman la promoción de una cultura estética subdesarrollada o de la pobreza. Para conocer las culturas estéticas hegemónicas de América Latina, nos basta informarnos de los gustos de París, Londres o Nueva York; no importa si nos encontramos con malas imitaciones.

Referirnos a la cultura estética popular de nuestros países implica señalar los rasgos más notorios del subdesarrollo o pobreza de nuestras mayorías demográficas. Esta es la única manera de responder a la falta de investigaciones ecoestéticas. Son conocidas las necesidades de nutrición insatisfechas y los espacios insalubres y tugurizados en la base material de nuestras estéticas populares. A esto se añade el analfabetismo con su pobre expresividad verbal y demás incapacidades idiomáticas. Sin educación idiomática, la sensibilidad popular se ve obligada a buscar medios de expresión como la música, el baile y la canción, más algunas actividades manuales. Por otro lado, la falta de una razón educada, sobrecarga a tal sensibilidad de pensamiento mítico y ésta se hace cargo de la solución de todos los problemas prácticos en donde los conocimientos empíricos fracasan. Para compensar una injusta falta de educación dentro de la lógica y el sentido crítico, que el Estado no quiso dar o no pudo costear, le sobreviene la hiperestesia al hombre común. De ahí que nos hagamos poco favor cuando nos enorgullecemos de la creatividad popular que atestiguan las manifestaciones folklóricas; todos los pueblos del Tercer Mundo son sensitivamente creativos, pero lo son para compensar ausencias injustas y nunca por responder a singularidades culturales ni a privilegios raciales.

Nuestros pueblos cuentan con un legado cultural muy variado, en el cual los elementos indígenas, africanos e ibéricos se mezclan en diferentes proporciones. Algunos países son más indigenistas, africanos o ibéricos que otros; nacemos rodeados de una amplia pluralidad cultural o étnica y nos es posible asumir actitudes y comportamientos indígenas o africanos, ibéricos o *made in* USA. Por eso somos imprevisibles en nuestras reacciones. Los elementos indígenas y los africanos vienen a incrementar el número de componentes y la fuerza del pensamiento mítico en nuestra idiosincrasia; pensamiento fusionado con el catolicismo popular, tan diferente del hegemónico. Entre la vida diaria y la festiva del hombre común de nuestros países, se interpone un ritual religioso que combina y opone, a la vez, lo sagrado y lo profano, como el eje principal de la cultura estética popular.

La cultura estética popular se desarrolla en el plano sincrónico del subdesarrollo y en el diacrónico de elementos precolombinos (indígenas), coloniales (los africanos incluidos) y republicanos, que se vinculan con realidades geofísicas particulares. El hombre común exalta lo sagrado para oponerlo y fusionarlo a lo profano, porque en la oposición ve el origen de su miseria yen la fusión, la desaparición de ésta. Lo sagrado justifica su miseria diaria como castigo, pero lo sagrado también la puede subsanar en gesto paternal. La cotidianidad tercermundista y la excepcionalidad sagrada se fusionan. Esto lleva al hombre común a rendir culto a un Santo Patrón en efigie con la llama votiva de una vela, en espera de un milagro, la lotería en lo posible. Del ritual religioso con sus cosmogonías, temores y esperanzas, el hombre pasa con facilidad al ritual artístico de la clase hegemónica que ve de lejos. Ve en la clase alta lo sagrado y la mitifica en cuanto a su derecho a castigar o a proteger, mientras identifica lo profano con el bien artístico, cuyo usufructo toma como una esperanza de lejano futuro.

En realidad, nuestras culturas estéticas populares están dominadas por ideales y sentimientos religiosos que entra-

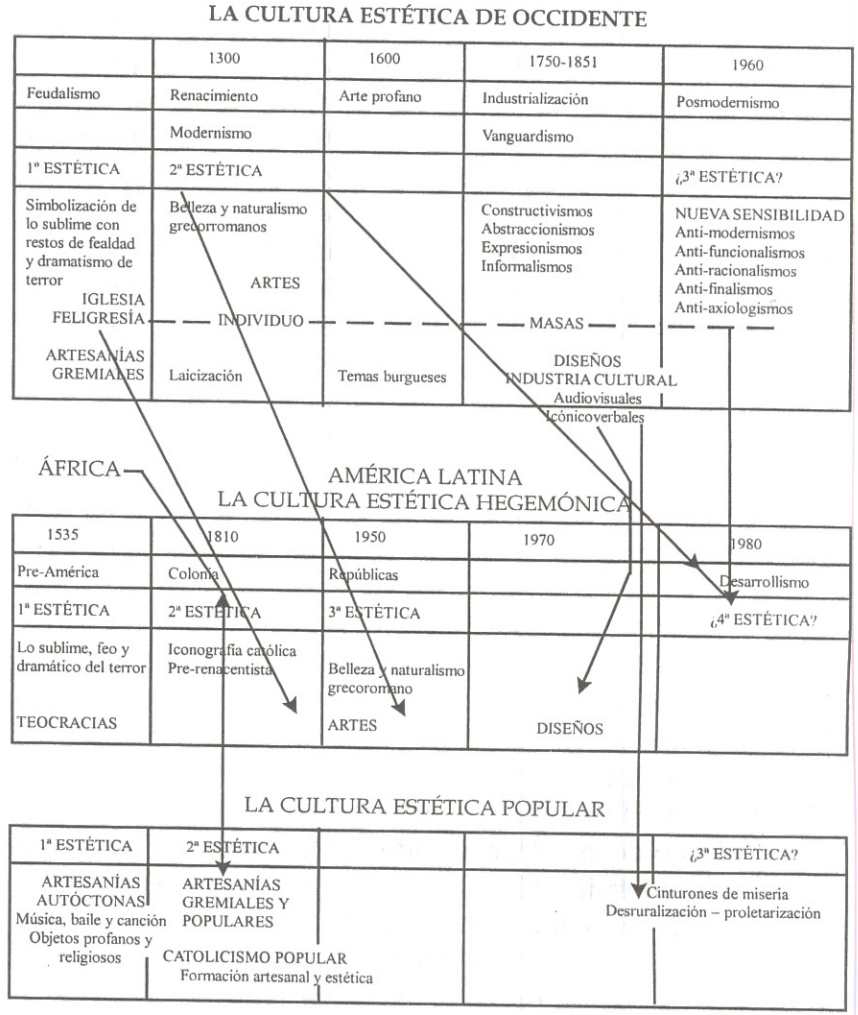
ñan bellezas y grandiosidades, aunque para nosotros constituyan una confusión de valores; es decir, igual que casi toda la población mundial, nuestras mayorías demográficas viven inmersas en el mundo religioso de consustanciales categorías estéticas. En su aquí y ahora, los dramatismos y las trivialidades muerden su carne; apenas si la comicidad y la música tiñen de alegría a algunas de sus festividades.

En nuestros países, muchos elementos de la cultura estética popular afloran en la sensibilidad de los actuales diseñadores y artistas en actividad; aparte, desde luego, de los artesanos. Pero sólo los diseñadores dirigen sus proyectos a tal cultura. Por desgracia, nadie la defiende de las persuasiones occidentalizadoras ejercidas por los medios masivos de la industria cultural, cuyo manejo y efectos son transnacionales. Sus actividades transcurren alejadas de los productos artesanales y de los artísticos; tan sólo le llegan las ideologías generales de arte que van de oído en oído.

Como fuente y destinataria de los productos que el hombre confecciona dentro del sistema de las artesanías, las artes y los diseños, la cultura estética popular viene a ser el fenómeno más importante para nosotros los estetólogos. En buena cuenta, tenemos por delante el convertirnos –con el tiempo– en estetólogos o analistas de lo estético. Así podremos ocuparnos de toda la realidad estética de un país o individuo y no sólo de las artes; en especial la de nuestros países. Sin embargo, por importantes que sean para nosotros la cultura estética popular y la hegemónica, no dejan de ser una parte de la sensibilidad y una más pequeña de la cultura espiritual, donde también se albergan las ciencias. Se reduce aún más su importancia en el contexto total de la cultura en general, la material incluida.

Nuestra cultura estética popular y la hegemónica se hallan íntimamente ligadas a Occidente. Por eso hemos que-

rido hacer visible en el Esquema 5 el panorama de nuestra dependencia respecto a la estética occidental.



Esquema 5

Durante el Feudalismo, Occidente desarrolló su primera estética. Se caracterizaba por una predominante y lacónica simbolización de la omnipotencia e inasibilidad humana de Dios (lo sublime), cuyo realismo conceptual retenía, en las imágenes humanas y animales, restos de fealdad y dramatismo, propios de la estética pesimista del terror humano frente a las fuerzas sobrenaturales. Las imágenes eran pocas y jugaban un papel secundario en los predominantes espacios catedralicios. Con su sistema estético aparecieron las artesanías gremiales (profanas y religiosas) que después, durante el Renacimiento ya muy avanzado, serán transplantadas a nuestra Colonia y mezcladas con elementos autóctonos y con los africanos recién llegados.

Con el Renacimiento surgió la segunda estética de la cultura occidental, como adopción de la estética optimista de Grecia y Roma clásicas; estética basada en la belleza y el naturalismo que sirvió para formar al individuo, en reemplazo del feligrés –protagonista medieval–, y que generó las artes. Tipificó a éstas un proceso de laización iconográfica de tres siglos, hasta engendrar al arte profano (1600) con sus temas burgueses. En el pasado no se vieron las diferencias entre la primera y segunda estéticas y se asumió que ésta era progreso de aquella. El conocimiento del arte prehistórico de Altamira y Lescaux, echó por tierra esta idea de progreso.

A lo largo de la cultura occidental, registramos una evolución o modernización social y cultural inevitables, relativas a su propia realidad occidental, que luego fue acelerada por un estado de espíritu denominado modernismo que sobrevaloró lo moderno o la novedad y buscó cambios radicales sin fin. Las diferencias entre modernidad y modernismo nos son hoy imprescindibles para entender el devenir de cualquier país; lo mismo sucedió después con el

desarrollo y el desarrollismo. Cabe entonces aseverar que tan sólo puede haber *pos* o *anti* modernismo o desarrollismo, pero nunca *anti* o *pos* modernidad ni *anti* o *pos* desarrollo. Negaría la evolución o cambio como principio ontológico de toda realidad; nunca dejará de haber cambios (o desarrollo) en las colectividades humanas. (El *ismo* es nocivo no la terminación *dad.)*

Con la industrialización muy avanzada, las artes profanas comenzaron a generar los constructivismos y abstraccionismos (1912). Surgieron los expresionismos e informalismos como sus contrapartidas románticas y subjetivistas. Al mismo tiempo fueron brotando los diseños dirigidos a las masas que insertan elementos estéticos en los productos industriales y las informaciones (industrial y gráfica), en los espacios habitables y los transitables (arquitectónico y urbano), más los entretenimientos (audiovisuales e icónico-verbales). Aparece la industria cultural en manos de los países ricos, cuyos entretenimientos inciden poderosamente en el sistema de valores estéticos de todo país y clase social.

A mediados de los años sesenta empezó la subversión radical contra el modernismo. Primero la pintura y escultura, luego la arquitectura (1972) y los diseños (1976). Como resultado fue perfilándose el posmodernismo. En su calidad de estado de espíritu, y no como estilo ni como producto, desarrolló, durante los años setenta y ochenta –como corolario de una nueva sensibilidad— las siguientes actitudes: los antimodernismos que exaltan al ahistoricismo y al pasado, en el cual precisamente nos encontramos los del Tercer Mundo; los antifuncionalismos con el *kitsch* de la opulencia como su máxima expresión, que niegan las utilidades prácticas y colectivas, tan caras a los latinoamericanos; los antinacionalismos que enaltecen los irracionalismos, tan abundantes y castrantes en una América Latina particularizada por el grave desequilibrio entre una atenta sensibilidad

y un raquítico pensamiento lógico y critico; los antifinalismos que pretenden invalidar a las ciencias sociales, cuyos objetivos esenciales giran en torno a la previsión de hechos que permite proyectar, los antielitismos con sus populismos; por último, los antiaxiologismos que fomentan los nihilismos, los eclecticismos y "el vale todo".

¿Acaso el posmodernismo trae consigo a la tercera estética de Occidente, como algo en verdad nuevo y como secuela del posindustrialismo?

Hacemos la pregunta porque es evidente que el cambio de sensibilidad del hombre actual debe encontrar cauces actuales y no los viejos del posmodernismo. También porque hoy es notoria la destrucción de la segunda estética, propia de los países "latinos", y está floreciendo –en su reemplazo– la sensibilidad anglosajona, hasta ahora marginada, cuyos portadores rigen hoy al mundo. Para los tercermundistas, el posmodernismo tiene una letra fácilmente remedable. Dicho sea de paso, pocos son en el mundo los que comprenden el espíritu del verdadero posmodernismo, esto es, como modernidad y corrección de los errores y vicios del modernismo.

Pasemos ahora a la cultura estética de nuestra América. De la hegemónica tenemos tres. La primera estética fue la precolombina que estaba singularizada por lo sublime, feo y dramático del terror humano ante los dioses; categorías estéticas, éstas, que agudizaban los aztecas y menguaban los mayas e incas. Su sistema social era teocrático, en tanto la nobleza descendía de los dioses o los representaba. Con la Conquista vino la segunda estética hegemónica: la medieval, en ese entonces todavía vigente entre los españoles. La iconografía católica era aún prerrenacentista. Las artesanías gremiales fueron transplantadas a nuestros países y su desarrollo, durante la Colonia, estuvo al servicio de la Iglesia primero, y luego también de la Corona. No hubo continuidad en la "cúpula"; la estética precolombina se guarece en la cultura popular y las clases hegemónicas fueron reemplazadas por nuevas y foráneas. Pero éstas, a pesar suyo, absorbieron algunos elementos autóctonos así como los africanos venidos con la esclavitud.

A fines de la Colonia los borbones iniciaron reformas encaminadas al desarrollo del capitalismo y con ellas vino la academia que difundió las artes, con el fin de desalojar a las artesanías del liderazgo estético, previa abolición de los gremios que prohibían la competencia en innovaciones. Nuestras clases hegemónicas fueron modernizándose con importaciones de Francia y de otros países transpirineos que se mezclaron con los componentes españoles ya aclimatados en América. Propiamente adoptan la cultura estética occidental y hacen de ella su tercera estética, con inserción de elementos autóctonos y/o africanos. Mucho más tarde, a partir de 1950, el modernismo europeo fue importado y tomó, entre nosotros, la forma de desarrollismo: acortar atrasos mediante la importación de los adelantos occidentales. En sentido estricto, nunca tuvimos avances acelerados como los europeos; tuvimos desarrollismo y nuestra propia y lenta modernidad o modernización, cuando se la mide con nuestra propia realidad. ¿Absorberá nuestra estética hegemónica el posmodernismo? ¿Será ella capaz de tener una cuarta estética, como remedo también de la de los países desarrollados?

Un cuadro muy distinto nos ofrece nuestra cultura estética popular. Su primera estética fue la precolombina, cargada de ese temor pesimista que la imponencia de los dioses suscita en el hombre. Hubo entonces artesanías autóctonas al servicio de la teocracia. En la Colonia nuestras mayorías demográficas absorbieron al catolicismo y lo impregnaron de múltiples elementos precolombinos y/o africanos. Ésta fue y sigue siendo su segunda estética, muy cer-

cana a la segunda estética hegemónica. Las artesanías gremiales eran en parte populares y estaban al servicio de la Iglesia y de la Corona. Pero paralelamente, y a la sombra del catolicismo popular, fueron desarrolladas las artesanías populares de motivaciones religiosas y de autoconsumo, que hoy todavía subsisten con múltiples transformaciones. Sigue siendo compleja la formación artesanal, como coexistencia de modos viejos y nuevos de producción, distribución y consumo de objetos, imágenes y acciones estéticas.

Incurrimos en grave error cuando identificamos la cultura popular en general y la cultura estética popular particularmente con los objetos artesanales (religiosos o profanos) que hoy la mesocracia y los turistas adquieren para ornamentar sus hogares. De mucho mayor importancia son la música, el baile, la canción y la oralidad, verdaderas matrices del sistema de valores de la cultura estética popular, sistema a merced hoy de la industria cultural.

Con la invasión tecnológica y de los diseños, en los años cincuenta, vinieron el empobrecimiento del campo y la formación de los cinturones de miseria como antesalas de una futura proletarización, con la industrialización de por medio. La cultura popular se desruraliza y urbaniza en tanto los cinturones de miseria se alejan de las artesanías. La producción de éstas es popular, pero no la distribución ni el consumo, hoy controlada la primera y ejercido el segundo por la clase hegemónica. ¿Emergerá una tercera estética popular con la proletarización y con la resemantización de los entretenimientos que recibe de la industria cultural?

Las clases populares nunca participaron en la tercera estética hegemónica. Nunca les llegó directamente. Las artes y los diseños les son extraños, salvo los audiovisuales. Aludimos aquí a una cultura hegemónica y a otra popular como dos paradigmas que existen. Pero aclarando que la gran cantidad de población participa de ambas y las mezcla. Sobre todo la clase media que, sin estética propia, toma de una y de otra.

CAPÍTULO III

El sistema de valores de la cultura estética

La cultura occidental nos ha persuadido de dar máxima prioridad a las artes, o bien a las artesanías o a los diseños, que también constituyen sistemas de producción especializada. Antes, nos convenció que estos sistemas son, de hecho, las partes más importantes de nuestra realidad estética. Entonces, sin el menor sentido crítico convertimos dicha persuasión en axioma y tal convencimiento en hábito. Pero basta poner atención en la amplitud y profundidad de las realidades estéticas colectivas –sobre todo las populares–, para admitir, luego de una crítica y autocrítica, nuestro error y sorprendernos de haber estado engañados de un modo tan ingenuo.

Las artesanías, las artes y los diseños distan mucho de ser lo más importante de la realidad estética. Sucede que así como tapamos al Sol con una mano, acostumbramos a cubrir la amplitud entera de tal realidad con una de sus pequeñas partes. Lo peor es que terminamos creyendo que la parte es, por cierto, más grande que el todo. Pese a esto, estamos seguros que en un futuro muy próximo la esteto-

logía tendrá su merecido desarrollo y aceptación. Entonces, se evidenciará que lo sustancial de la realidad estética de una sociedad está en su sistema axiológico, motor de nuestros comportamientos emocionales. Las artesanías, las artes y los diseños son realidades de importancia secundaria. Constituyen ciertamente sistemas de producción especializada de nuestra realidad estética, que la retroalimenta y al mismo tiempo se autoretroalimenta, pero todos los sistemas están nutridos por el axiológico. En consecuencia, la importancia de éste se halla en un primer plano. Nos parece increíble que durante tanto tiempo nos hayamos tragado este equívoco occidental.

En el capítulo anterior describimos lo que entendemos por cultura estética popular de nuestros países, ya que la hegemónica es un remedo de la occidental y, por ende, no requiere mayores estudios ni atención en nuestro territorio. Sin embargo, nuestra descripción no nos libera de la obligación de establecer los valores de cada una de estas dos culturas en pugna entre sí, con el fin de rastrear sus correlaciones. Delineamos también la filogénesis de la conciencia estética, así como trazamos los rasgos principales de su ontogénesis, casi siempre alimentada por las obras de arte, de artesanía y/o de diseño que le confirman sus preferencias. Muy pocas personas son modeladas para buscar obras que corrijan o renueven sus gustos. Para la gran mayoría de aficionados los productos deben confirmar sus apetencias; es decir, los productos han de acomodarse a su demanda. Pocos aficionados perciben la importancia de los productos estéticos de efectos correctivo-renovadores, que es cuando el producto se impone y enriquece de veras al receptor.

Por lo anterior, estamos obligados, ante todo y sobre todo, a dar prioridad máxima al sistema axiológico de nuestras culturas estéticas populares. Este sistema merece todas

nuestras preocupaciones cognoscitivas. Su estudio ha de comenzar por la isotopía de cada una de las categorías estéticas fundamentales, con sus constantes y variantes regionales, además de sus relaciones con el sistema axiológico de la estética hegemónica; categorías que existen en pares, a veces con un valor positivo y otro negativo. El estudio continuará con los factores ecoestéticos, a través de los cuales las categorías estéticas modelan la sensibilidad. Nos referimos a los objetos ambientales, a la demoecología y al espacio intelectual. Luego, el estudio seguirá con los otros factores mediante los cuales el sistema axiológico actúa sobre sus sistemas productivos especializados y de retroalimentación. Aludimos a la religión con sus mitos, a las afectividades y a las ideologías dominantes, muy ligadas a la estética hegemónica.

En este capítulo emprenderemos detalladamente cada uno de los citados estudios, pero más como posibilidades que como realidades. Carecemos de estudios al respecto. La modelación de nuestra sensibilidad estética, por medio de la ecoestética o medio ambiente, consiste en crearnos necesidades (o hábitos) que, denominadas categorías estéticas, caracterizan a los sectores populares y cubren la fauna y flora, geología y objetos, gente y comportamientos. Tales necesidades rigen las relaciones que entabla la sensibilidad con la realidad de su entorno, tanto el natural como el cultural; entre este último, las artesanías, las artes y los diseños. Estas relaciones sensitivas se concretan en términos de alguna categoría estética y transcurren de forma consciente o inconsciente, tanto en la vida diaria como en la festiva o extraordinaria.

A. LAS CATEGORÍAS ESTÉTICAS FUNDAMENTALES

Todo hombre desarrolla ideales estéticos: el de belleza y fealdad, tragedia y comicidad, sublime y trivialidad, tipicidad y novedad. Propiamente, cada ideal viene a ser el máximo grado que imaginamos de cada una de las categorías estéticas. Viene a serlo porque un ideal, en su sentido estricto, es lo fantaseado o irreal y no necesariamente lo válido ni lo deseado; es decir, puede ser preferencia o aversión, anhelo o rechazo, valor positivo o negativo, lo buscado o lo evitado. Estos ideales o grados máximos imaginados son necesidades creadas, en nosotros, por nuestra clase social, personalidad y cultura. Son necesidades en tanto no podemos sustituirlos como patrones en el conocimiento de realidades.

Sea como fuere, las categorías estéticas son valores por predominar en toda colectividad, clase social e individuo y regir nuestros comportamientos. Si se prefiere, nos impulsan a reconocer valor o desvalor en las realidades que encontramos a nuestro paso, al mismo tiempo que desarrollamos sentimientos de belleza o fealdad, dramaticidad o comicidad, lo sublime o la trivialidad, tipicidad o novedad, que comandan a nuestro sistema de decisiones prácticas. En fin, son orientaciones axiológicas de dimensiones imaginadas que se concretan en sentimientos. Por eso M. Kagan afirma acertadamente: "Fuera de la relación con el ideal, el mundo real no posee ningún valor estético" (1974, p. 114).

Con todo, los ideales estéticos no solamente nos orientan; también nos dan a conocer las realidades naturales o culturales de nuestro derredor. Nos las dan a conocer de forma sensorial, sensitiva, sentimental, sensible o como quiera denominarse al conocimiento que no es razonado. El sistema axiológico de nuestra cultura estética nos orienta como

individuos y, a la par, nos hace conocer al mundo. Esto de sentir a una realidad bella o fea, dramática o cómica, constituye una manera de valorar y, a la vez, de conocerla sensitiva o sentimentalmente. Algunas realidades confirman nuestros ideales mientras otras los contradicen, y así enriquecen nuestras categorías o valores estéticos. Son vitales para el hombre y, por ende, para la sociedad, aunque más los conocemos con el rótulo de gustos, de suyo irracionales, pero raciocinables. Precisamente, las artesanías, las artes y los diseños son los sistemas de producción especializada que siempre buscan confirmar o enraizar, ampliar o enmendar el gusto o sistema axiológico predominante en la sociedad o en nuestra persona. Sus productos son portadores, entre otros componentes y valores, del temático, del estético y del artístico, cuyos efectos inciden en los valores estéticos colectivos.

Tan pronto como conocemos la importancia del sistema axiológico de nuestra cultura estética popular, devienen inexplicables las bastante difundidas creencias de que las artes son las únicas fuentes de nuestras vivencias estéticas y que ellas generan nuestras necesidades estéticas. Lamentablemente, esta falacia omite lo más importante de la vida humana: nuestras relaciones con la naturaleza, nuestros prójimos y los componentes de la realidad cultural cotidiana. Abundan también quienes piensan que las artes nos suscitan las más intensas vivencias estéticas y por eso las consideran superiores a las de la realidad concreta. Tampoco escasean quienes postulan a las artes como exponentes máximos de la cultura estética hegemónica, subsidiaria de la occidental, cuya superioridad –suponen ellos– se nos impone como meta de los avances de nuestros países. Para ellos, la imitación de la letra europea o estadounidense –no de sus espíritus– nos llevaría indefectiblemente a producir obras de valor universal.

Este mecanismo imperialista olvida la riqueza de la estética popular que la convierte en vivero de las artes "cultas", cuando éstas buscan vincularse con su colectividad. Ya lo hemos dicho: hasta ahora las manifestaciones musicales de la cultura popular han cosechado mayores reconocimientos internacionales que los productos de la música "culta" de nuestras culturas hegemónicas. Olvidan en especial que la estética popular se halla estrechamente vinculada a la tradición o legado cultural y a la religión, sin necesidad de mantener contacto directo con las artes "cultas".

Los estudiosos articentristas quieren ignorar que lo más importante son las relaciones estéticas del hombre con la naturaleza y con sus semejantes. Es desde el siglo XVIII (R. Shusterman, 1987) que resulta muy difícil "encontrar estetas que pongan mayor atención a la naturaleza que a las artes". Como corolario, se nos quiere convencer que más importante es mantener relaciones con esos objetos que denominamos obras de arte que con la naturaleza. Esta perversión de idolatrizar a las obras de arte y el consecuente alejamiento de la vida misma es muy similar a lo que temieron los iconoclastas de todos los tiempos y lugares: la idolatrización de las imágenes y su desatención a Dios. Basta pensar en la riqueza estética de los diversos amores que experimenta el hombre normal, para ver la obra de arte como un mero ejercicio, de suyo alienante, simulado y artificial. Será, pues, una perversión amar a lo sucedáneo y no a lo auténtico.

Desde la sociología, las categorías estéticas constituyen valores sociales que son aceptadas por la gran mayoría de la colectividad. Como tales, ellas pueden aparecer en las obras de arte, artesanía o diseño como componentes o categorías. Pero para ser valores estéticos de estas obras será menester que retroalimenten al valor social con ampliaciones, enmiendas o enriquecimientos. En este caso el sistema

de valores estéticos es retroalimentado por uno de los sistemas de producción especializada.

Desde la psicología, en cambio, vemos las categorías estéticas como partes de las valoraciones que practicamos ante las realidades circundantes. Al lado de la psicología y sociología habrá necesidad de estudiar, asimismo, la ontología de las categorías estéticas, y a la vez nuestra epistemología al respecto. ¿Qué son y cómo las conocemos? ¿Cómo reconocer a las más viejas y cómo conocer a las nuevas?

Al ser valores, las categorías estéticas tendrán una naturaleza modal o, lo que es igual, cada una constituye un modo de ser o un cómo, y no un qué. De allí las dificultades de diferenciar sus grados y particularidades en cada individuo o sociedad; aparte de no ser fácil saber si ellas vienen puras o con adherencias. Conocemos su naturaleza dialéctica, en tanto son a la par subjetivas y objetivas, biológicas y sociales, individuales y colectivas, ideales e irreales, materiales y espirituales, valores y valoraciones. A medida que vayamos analizando cada una de las categorías fundamentales en la estética popular, iremos estableciendo los pormenores de estos pares dialécticos. Veremos también las categorías estéticas complementarias (gracia, elegancia) y las sintéticas (tragicómico, heroicidad), como las divide M. Kagan (1974, p. 228).

Para una buena cantidad de estudiosos, las categorías estéticas son realidades que pueden existir puras y solas. Para nosotros, en cambio, no existen nunca puras; son simples conglomerados de sentimientos en los que priman ciertos sentimientos convertidos en emociones suscitadas por determinadas realidades; es decir, creemos que cada individuo forma un conglomerado personal de necesidades, ideales o sentimientos, cuyas causas son identificables con algunas de las categorías estéticas básicas. Y estos sentimientos culturales o espirituales se adhieren a muchos isótopos.

Sentimientos de belleza hubo siempre en el hombre. Lo que nunca dejó de variar fue lo considerado belleza en el transcurso del tiempo de cada cultura e individuo. Por largo tiempo el hombre tuvo por belleza lo útil para su subsistencia material o, si se quiere, todo lo placentero, si aceptamos que los móviles y los valores actuaban indiferenciados en el interior del hombre por su sincretismo temprano. Tomó muchos siglos poner atención en la belleza de algunos colores y minerales, flores y animales aislados, especialmente, separados de otros valores.

Sin lugar a dudas, la belleza no existe objetivamente, esto es, independiente del hombre. Objetivo es el soporte material de las cosas bellas; es decir, existen la simetría y las proporciones, los ritmos y las direcciones que son los principios ordenadores de las cosas según nuestra orientación humana en el espacio con nuestro arriba y abajo, izquierda y derecha, adelante y atrás; principios que podemos medir y comprobar, entre ellos la denominada armonía o disarmonía. Pero, para ser considerados bellos es necesario que intervenga un sujeto que los valore positivamente. Según sus necesidades, unos preferirán la armonía y otros la disarmonía. De allí que las mismas cosas sean bellas para unos y feas para otros. Por tanto, la belleza es simultáneamente objetiva y subjetiva, valor y valoración.

También es muy cierto que en casi todos los tiempos y culturas fueron considerados bellos ciertos productos naturales. Igualmente evidente es que para ser un objeto útil o estético para el hombre, no debe exigirle a éste esfuerzos sensoriales ni sensitivos, tampoco mentales ni corporales. Al contrario: ha de ser agradable en su percepción y manejo. Las dimensiones estéticas descansan siempre sobre una base biológica, esto es, requieren soportes materiales hechos a la

medida del hombre; los objetos no pueden ser ni muy grandes ni muy pequeños para nuestros ojos; ni muy ligeros que se los lleve el viento ni muy pesados que imposibiliten su manejo manual.

No nos proponemos pormenorizar aquí la evolución del concepto de belleza a lo largo de la historia y deducir de aquí sus diferentes clases. Nos bastará señalar los siguientes tres grupos de bellezas: las "gestálticas", que poseen soportes materiales con unas proporciones armónicas mensurables, objetivas y afines a realidades somáticas y fisiológicas del hombre; las consuetudinarias que nos impone el medio ambiente, donde nacemos y crecemos, y que actúan en nosotros como reflejos condicionados; y las espirituales que obedecen a la satisfacción de alguna de nuestras necesidades. Entre estas últimas habrá que distinguir: las estéticas con sus justificaciones humanas, sociales o culturales y las anaestéticas, tales como la belleza intelectual, la ética, la de la buena hechura o acabado de los objetos, y la del bien logrado empleo de alguna categoría estética en las artes, artesanías o diseños. Muchas de las bellezas así agrupadas son naturales y otras culturales, o hechuras del hombre.

Nos bastará también señalar, como hitos de la evolución del concepto de belleza, los cambios de relaciones que el hombre va entablando con su ámbito; durante milenios primó la fusión de la belleza con la utilidad práctica de la subsistencia humana y con lo sublime o la grandiosidad de la naturaleza, que produjo temor, y luego, de los seres que supuestamente la gobiernan. De aquí en adelante, y también durante milenios, la belleza giró en torno a los dioses o bien algunas culturas las relegan para dar paso a su pesimismo y a sus vivencias trágicas. Con el aminoramiento de los sentimientos religiosos y el consecuente debilitamiento de la Iglesia se va desarrollando el concepto de belleza pura, que

iniciara Kant y que se consolidará a mediados del siglo XIX. Hasta entonces la belleza tuvo siempre adheridas utilidades prácticas, las que siguen contenidas en toda belleza, de *facto* y de modo inconsciente. El hombre se las agenció para abstraer una belleza pura de la "gestáltica" y la identificó con el conjunto de sus formas. El culto a éstas generó el formalismo que también impuso la belleza del paisaje natural y el urbano, y que vino paralelo a la idea de objeto bello por su pura funcionalidad. Por primera vez en la humanidad aparecía tal idea, pues durante los milenios anteriores había primado la idea de que belleza es todo lo ornamentado.

Después de elaborar el concepto de belleza pura el hombre acelera su antropocentrismo o individualismo, e institucionaliza a la belleza de su autoexpresión narcisista. Paralelamente al placer sentido, es instituido el valor estético. La fusión *lo estético-el valor-el placer* devino la mayor trampa de los sistemas estéticos de producción especializada (artesanías, artes y diseños) para los aficionados al arte. Es que resulta difícil diferenciar entre sí a las bellezas y a nuestros sentimientos de placer, para poder establecer cuáles son estéticos y cuales artísticos, temáticos, intelectuales o afectivos, en las imágenes que contienen bellezas formales o representan alguna natural.

En una buena parte de los aficionados predominan los sentimientos de belleza y ahogan sus nociones rudimentarias de belleza. Cada uno cree que sus comportamientos y reacciones son las legítimas y no las de los otros. En realidad, el gusto guía a sus sentimientos de placer que ellos suponen estéticos, cuando apenas son protoestéticos por agrestes, automáticos e incultos. Los aficionados comunes aspiran únicamente a encontrar las bellezas que conocen y confirmen o halaguen su gusto. Igual que los niñas, que se les cuente el mismo cuento todos los as palabras y lo rechazan cuando cambia-

mos algo. Los niños se limitan a aceptar y a reconocer valores: nunca valoran. Un comportamiento así coadyuva al buen funcionamiento de la antes citada trampa que hace de la obra de arte un instrumento de manipulación.

Pocos aficionados son capaces de descubrir bellezas *motu proprio*, o aceptan críticamente nuevas que corrijan y amplíen su gusto. Éstos practican, por cierto, la recepción estética verdaderamente humana y auténtica, si por tal entendemos la razonada. Recordemos que el agrado biológico o sensorial pasa a ser placer estético, tan luego le atribuimos justificaciones o le adjudicamos efectos favorables a la cultura, hombre o sociedad. Siempre coexistirán, en toda sociedad, tres clases de obras de arte, artesanía o diseño: las reducidas a confirmar preferencias estéticas y temáticas de la mayoría de los aficionados; las empeñadas en innovar y corregir el gusto o las ideas predominantes en la sociedad, mismas que exigen valoraciones razonadas; y las que retroalimentan a su propio sistema artístico y demandan el uso razonado de conocimientos de historia, teoría y crítica de arte.

Las bellezas no sólo provienen de nuestra elección durante las relaciones que mantenemos con nuestro ámbito. Abrigamos también las de los países ricos que los medios masivos nos imponen como las únicas o las más válidas, mientras los pobres anhelamos mantenerlas en virtud de las hábiles persuasiones del imperialismo cultural. Existe pues un imperialismo estético. Por otro lado, abunda la bibliografía acerca de los medios masivos, la religión, la tradición y la vida colectiva que se combinaban para inculcar los ideales o valores de belleza en nuestras mayorías demográficas, hoy completamente marginadas de los usos y beneficios de las artes cultas.

Nuestro interés debe centrarse en el conocimiento de las bellezas y de las correspondientes fealdades del gusto po-

pular, respecto a los diversos elementos de cada uno de los tres reinos de la naturaleza, al cuerpo y espíritu del hombre y a los distintos objetos, más sus diferencias con el gusto hegemónico. Carecemos de estudios sobre la ecoestética o formación del sistema de valores estéticos de la cultura popular. Por consiguiente, debemos limitarnos aquí a reflexionar acerca de las posibilidades que tenemos, en nuestros países, para analizar al gusto popular.

Hasta donde sabemos, tan sólo en la República Democrática Alemana se vienen realizando estudios del gusto popular o de los obreros. A nuestro juicio, lo hacen con un censurable articentrismo, esto es, sobrevaloran los efectos ecoestéticos de las obras de arte. Descuidan así el predominio de los medios masivos que, en nuestros países, es abrumador. Además, nuestras mayorías demográficas nunca tuvieron contacto con las artes y, sin embargo, poseen su propia estética o gusto. En el pasado, la formación del sistema axiológico popular fue, ante todo, religioso, y las mismas artesanías –que hoy denominamos artísticas– estuvieron al servicio de festividades religiosas. Por ende la tradición y la vida colectiva modelan al sistema axiológico. Al parecer, una tradicional mitificación de las artes, impulsa a los estudiosos de los países socialistas a centrarse demasiado en las artes y descuidar los factores sociales. Aceptamos que el arte forma la personalidad de los miembros de la sociedad, pero asimismo intervienen la tradición, la colectividad y los medios masivos; estos últimos con menos fuerza en sus países que en los capitalistas y en los nuestros.

Los tratados de estética de todas partes y tiempos, aluden a la belleza como si la realidad fuese la palabra misma y no hubiese necesidad de indagar cuáles son las bellezas del gusto popular y cómo se diferencian de las del gusto hegemónico. Todos hablamos de belleza, la buscamos y celebramos con emoción, pero cada uno pensamos en una distinta. Sin lugar a dudas, hay un buen gusto popular que es el tradicional y original de raigambre rural, mas también existe el deteriorado que, al buscar aparentar un mejor nivel social, gesta isótopos de la belleza tales como lo bonito, recargado o afectado, mientras las clases altas gestan lo lindo, fino, elegante o refinado. Si existiese una patología estética, comprendería todo lo que va en detrimento de los intereses de nuestras mayorías demográficas. En resumen, los sentimientos de belleza y su designación son iguales para todos, pero se diferencian sus estímulos y objetivos, así como sus nociones e ideaciones de belleza.

El análisis del sistema axiológico de la estética o gusto popular ha de tener muy en cuenta establecer la importancia de cada categoría estética –la belleza en este caso– en comparación con las otras y en relación con cada grupo de realidades naturales o culturales. Sobre todo si la relacionamos con cada uno de los nudos vitales del gusto popular: sus creencias religiosas; los mitos de su oralidad; y sus manifestaciones musicales, sus canciones y bailes. En los tres tenemos sus mayores expresiones de belleza y demás categorías estéticas. Especialmente estos nudos constituyen fuentes de satisfacciones y debemos indagar si la belleza predomina en ellos.

Tenemos nuestras reservas y dudamos de que las bellezas "gestálticas" o formalistas sean importantes para el gusto popular. Si los síntomas no nos engañan predominan otras categorías estéticas, y si intervienen las bellezas serán las consuetudinarias y las que necesitamos por el momento. El pensamiento mítico o los mitos alimentan a sus nudos vitales, en los cuales se entrecruzan casi siempre lo sagrado y lo profano. A las claras, prima el consumo religioso en los productos artesanos de fines estéticos, así como impera el práctico-utilitario en las artesanías al servicio de las clases altas. Las imágenes artísticas no llegan a los sectores

populares. La belleza pura no existe para ellos, con las diferencias entre estos sectores: rurales, provinciales, urbanos y los cinturones de miseria.

Con el tiempo y la historia, cambia el sistema axiológico de la estética popular como cambian asimismo sus relaciones con las diferentes realidades. Recordemos que durante este siglo, las artes visuales de avanzada desistieron de representar, en sus obras, bellezas del mundo visible, aunque imperó la belleza formal en algunas tendencias vanguardistas. Lo cierto es que el hombre actual ya no percibe en su derredor armonías ni bellezas, sino la proliferación de lo horrible, que le suscitan conflictos y resistencias. Como afirman algunos estudiosos de la República Democrática Alemana, hoy cunde lo horrible (genocidios y ecocidios, violencias y nuevas enfermedades, industrias bélicas y persecusiones). Por eso no le asiste hoy al hombre ninguna razón válida para enarbolar o expresar bellezas (E. Pracht, 1987). En lugar de lo sublime y lo trivial de la naturaleza y del hombre, hoy se nos impone lo sublime de nuestra resistencia contra lo horrible del mundo. Si todo esto sucede en el mundo de los países ricos, ¿qué podemos esperar del Tercer Mundo y sobre todo de las clases populares de nuestros países pobres, acosados por el hambre y el analfabetismo funcional? Indudablemente, las estéticas populares de América Latina son extrañas a las bellezas.

Sin embargo, el gusto popular no deja de tener sus satisfacciones y agrados que le hace pensar en bellezas y sucedáneos. Al lado de las miserias de su vida diaria, la estética popular desarrolla en su tiempo libre actividades festivas y correctivo-renovadoras. Además, evoluciona; máxime hoy con el bombardeo persuasivo de los medios audiovisuales. Por último, son nada dignas del hombre las dos bases materiales de la estética popular de nuestros países: necesidades de subsistencia material insatisfechas y espacios habitables insalubres, promiscuos y antiestéticos.

Para nuestro modo de ver las cosas nos parece que la flora, fauna y geología son vistas por el gusto popular según sus utilidades prácticas y los mitos. Conoce –claro está– los usos simbólicos de ciertas flores, animales y minerales por parte de las otras clases sociales, pero no ve en el paisaje los atractivos bucólicos que éstas buscan. Si prefiere su paisaje, y lo añora cuando está lejos, es por serle habitual. Sus relaciones sensitivas con la naturaleza son las tradicionales o heredadas. Los usos gratuitos y opulentos de flores, animales, minerales y paisajes son ajenos al pueblo. La utilidad y la sentimentalidad pueden ligar al hombre popular con un animal, pero no por su belleza "gestáltica". A lo sumo, coquetea con sensorialidades.

Nos imaginamos que las bellezas humanas son de varias clases para el gusto popular: las propias de su clase social, con las cuales se casa y congenia; las de los personajes religiosos; las de las clases altas difundidas por los medios masivos y también por las imágenes religiosas; y las bellezas de héroes, que son más espirituales que corporales y cuyo modo de vida nos da cuenta la oralidad popular. Sus propios modos de vida son bellos para el hombre común, pero lo son por habituales y diferentes a los que percibe y espera en las clases altas. Con el tiempo, el gusto popular renuncia a sus propios modos de vida y termina menospreciándolos para adoptar los foráneos. Al fin y al cabo, el gusto popular es producto de las condiciones precapitalistas o premodernas, y nuestras mayorías demográficas aspiran a mejorar y disfrutar las atractivas comodidades de la modernidad. La estética popular sabe de su pobreza y pugna por eliminarla. De ahí que sus ideales y sentimientos de belleza se fusionan con valores prácticos que lo acercan a su liberación. La suya es, en fin, una estética de la pobreza.

Con los objetos el distanciamiento es mayor. Nuestras mayorías demográficas nacen y crecen en medio de los escasos y paupérrimos objetos que son sus utensilios domésticos. No los idealizan; se habitúan a ellos. Para su uso personal y festivo prefieren los objetos ornamentados. Las vinculaciones con festividades religiosas son obviamente religiosas antes que estéticas. Conocen y anhelan los objetos de las otras clases sociales, en primer lugar por su utilidad y luego por sus ornamentos. Los productos artísticos no les llegan, como tampoco el diseño industrial ni el gráfico. Pero sí los audiovisuales, cuyos valores o sobrevaloraciones van en detrimento del sistema de valores estéticos populares.

La cultura estética popular ha desarrollado un sistema de producción especializada que la retroalimenta junto con su sistema axiológico, que denominamos artes prerenacentistas o artesanías. Éstas se hallan constituidas por la oralidad y la música, bailes y canciones, más sus correspondientes versiones religiosas y los objetos de rito religioso. La oralidad abastece categorías estéticas en sus narraciones, bellezas y otras; lo mismo sucede con la música, el baile y la canción, medios de esparcimiento estético.

La situación de la belleza respecto a las otras categorías estéticas y su rol en las diferentes realidades, le imprimen al sistema axiológico de la estética popular ciertas características que lo diferencian del sistema hegemónico y que tipifican a su ámbito: el Tercer Mundo, Latinoamérica y cada uno de nuestros países. Existe una psicología social de ribetes nacionales que se hereda, continúa y refracta todo lo importado o toda modernización. Pero abundan asimismo sus diferencias internas, porque el sistema axiológico de la cultura estética popular se halla hoy convulsionado y en aguda transformación, a causa de la industria cultural. Queremos decir que hoy nos encontramos con diferentes sectores populares cuyas mutuas diferencias estéticas son

evidentes: los rurales, los provinciales, los capitalinos y los de los cinturones de miseria; estos últimos en vías de proletarización después de una radical desruralización. Hay pues varias estéticas populares.

En resumidas cuentas, median abismos entre las bellezas populares y las hegemónicas, porque median entre la realidad popular y la hegemónica, la pobreza y la riqueza. El gusto popular no cifra su vida en bellezas sino en utilidades prácticas y en otras categorías estéticas que le producen placer, y éste deviene belleza o la suplanta; si hay belleza vendrá con otros valores humanos adheridos. Y si la vida del sector popular resulta negativa en términos burgueses, será lógico que sus valores estéticos sean más negativos que positivos, como más adelante veremos en detalle.

Lo dramático y lo cómico

Quien analice el sistema axiológico de cualesquiera de las estéticas, ha de saber que lo más importante de este sistema es orientar las relaciones diarias del hombre con las realidades naturales, humanas y culturales. Este es el rol principal del sistema axiológico. Sus relaciones con los sistemas de producción especializada son secundarias en importancia, aunque primordiales. Durante su tiempo libre o vida festiva, el sistema axiológico se refuerza o corrige, amplía o transforma con las obras de las artesanías y artes, diseños y religión; así, éstas lo nutren mientras la vida diaria lo mantiene en funcionamiento (la función hace al órgano). Los efectos de tales obras son primordiales para la sensibilidad como ejercicio entretenido que lo libera de una vida vegetativa.

En buena cuenta, estamos reafirmando que la vida del hombre es más importante que su gimnasia y que su nutri-

ción, pese a sernos ambos medios primordiales para vivir. Ya lo dijimos: nos resulta una perversión el hecho de dar mayor importancia a las comidas o a los ejercicios (así como a las artes) que a la vida y que a nuestras relaciones humanas. Debemos diferenciar entre medios y fines. Por lo demás, las artesanías vienen incluidas con la oralidad y la música, el baile y la canción, para esparcimiento y nutrición populares.

De lo anterior cabe derivar varias interrogantes que nos preocupa aclarar: ¿es que las categorías estéticas son las mismas en nuestra vida diaria que en el consumo de las obras artesanas, artísticas o de los diseños? Si los sentimientos estéticos se dan tan sólo en el consumo de las obras de arte ¿es debido a que éstos se hallan envueltos en cuestiones artísticas y porque en ellas tomamos conciencia de lo estético, mientras en la vida diaria sólo producimos afectividades o sentimientos protoestéticos?

Formulamos las preguntas porque son dramáticas la pobreza y las frustraciones de las clases populares y porque el hombre común siente en carne propia lo dramático. La dramaticidad y la comicidad, como sabemos, tienen que ver exclusivamente con los comportamientos humanos, pues no existen en la naturaleza ni en las obras de arte, salvo como metáforas o imágenes que representan tales categorías estéticas. En su tiempo libre, el hombre común disfruta de las narraciones audiovisuales, cuyos dramatismos percibe él como espectáculos y los traduce en sentimientos y no en pensamientos o intelectualidades, como hacen los aficionados a la estética hegemónica. El gusto popular responde con sentimentalidad más que con sensualismos o sensorialismos.

Los entretenimientos constituyen una suerte de ejercicios emocionales –o nutricionales– que mantienen a la sensibilidad en forma. Esto sucede, sobre todo, en las telenovelas de

efectos "lacrimógenos" en las cuales la sensiblería hace las veces de dramatismo. En el tiempo libre y ante obras de arte producimos sentimientos afectivos, pero en *vitro;* esto es, sin vinculaciones con la realidad concreta. Respondemos a dramatismos simulados y nuestros sentimientos resultan alienados. No por nada, el arte es una pausa alienada y alienante, pero referida a una realidad concreta.

Viéndolo bien, los sentimientos estéticos vienen a ser la médula de la oralidad y la canción, la música y el baile populares. Estas manifestaciones artesanas de consumo popular son las que corren el riesgo de manejar sentimentalismos de la vida diaria que las artes evitan para no caer en lo cursi ni en sensiblerías. Para la estética hegemónica, lo dramático constituye un conflicto entre los ideales altruistas de un ser humano y los obstáculos insalvables que le presenta la realidad para materializarlos. En cierto sentido, lo dramático tiene que ver con la impotencia del individuo o clase social para cambiar realidades a su favor, sentimientos de importancia muy frecuentes en los sectores populares. Si penetramos en las telenovelas nos encontraremos con un cúmulo de sentimientos afectivos y de pasiones "arrancadas" de la vida diaria, con rutina y todo. En los audiovisuales masivos, entretanto, nos toparemos con lo heroico, sustancial también para algunos mitos de oralidad popular.

En el gusto popular, sus bellezas y fealdades operan al lado de sus dramaticidades, compasiones o lágrimas. Por un extremo actúa lo feo, horrible y dramático de su vida diaria, y por el otro, las narraciones que producen, consumen y gestan héroes. El análisis del sistema estético de valores comprenderá los sentimientos que, en el hombre común, suscita su entorno: el rural o provincial, el urbano y el de los cinturones de miseria, separadamente. Aquí debemos establecer, en principio, cómo el gusto popular conceptúa lo dramático y cuáles son sus motivaciones, finalidades y ver-

siones, así como sus respectivas diferencias con las del gusto hegemónico.

Luego hemos de señalar qué clases de dramatismo expresa el gusto popular en los mitos de su oralidad, en las melodías de su música y en sus plañideras canciones, todas ellas casi siempre cargadas de sentimentalidad. Por último, estamos obligados a estudiar los sentimientos que en el gusto popular generan lo dramático de las obras de las artesanías y de los diseños que le llegan (las artísticas le son ajenas); más las imágenes religiosas. Aquí también encontramos una fuerte carga sentimental. Acostumbrados a sentir lo dramático diariamente y en carne propia, el gusto popular generará sentimentalidades: se conmueve con facilidad, compadece y es solidario con el dolor ajeno. Mientras tanto, el gusto hegemónico, habituado a ver de lejos a la miseria de los demás, emitirá respuestas que son pensamientos o intelectualizaciones.

Veamos ahora cuáles son los aspectos analizables en la comicidad del gusto popular. De entrada sabemos que esta categoría estética sigue siendo –para escándalo de los solemnes– su baluarte de uso más frecuente, fértil y variado. La pobreza y el desamparo no han podido mellarlo. La risa expresa la alegría de vivir de la cultura popular, tanto en sus festividades disolutas como en sus bailes tradicionales. Pero también expresa sus disconformidades e impugnaciones, con ironía y burla cruel, con groserías y caricaturas, máscaras y blasfemias. Sabemos asimismo que los chistes, parodias y doble sentidos forman una buena parte de su oralidad. Se ríe de su pobreza (lo tragicómico), de sí mismo y de las clases altas (farsas). Los bufones y payasos son productos populares de autoconsumo y mesocrático.

Para superar el desdén que siempre ha despertado la risa popular en los estudiosos de la cultura popular, sobre todo en los atrapados por los ideales de la cultura hegemónica,

por la solemnidad burocrática y oficial, y por esa intolerancia religiosa que rotulamos seriedad, tenemos que zafarnos de los prejuicios burgueses. Sucede que en lo cómico intervienen varias versiones de la fealdad y de la trivialidad, así como categorías estéticas, pero de valor negativo que dificultan ver con realismo la risa popular.

Para lograr tal superación, los analistas latinoamericanos tenemos a mano, como ejemplo, los estudios de Bajtin en torno a las obras de F. Rabelais; dichos estudios restituyen a la comicidad popular su vitalidad y dignidad humana. Constituyen una buena guía de análisis de lo cómico popular en su verdadera realidad humana, esto es, sin remilgos pequeño-burgueses. La risa no es un producto de los instintos bajos; y si Bajtin habla de "realismo grotesco", es sin acepciones que aminoran ambos términos tomando por humano únicamente al realismo que la cultura hegemónica idealiza en detrimento de la popular, con el fin de subyugarla.

Generalmente contraponemos la risa popular a la religiosidad, también intensa en los sectores populares, y suponemos a ambas irremediablemente antagónicas entre sí. Recordemos la Edad Media durante la cual marcharon del brazo una profunda religiosidad y una fructífera risa popular. Lo mismo sucede hoy día en las culturas populares de nuestra América. Es muy conocida la acentuada comicidad de nuestros grupos mestizos y los de origen africano. La tradicional melancolía que hemos visto o que siempre hemos querido ver en los indígenas, no nos dejaron apreciar su comicidad, también activa.

No es que el entorno del hombre común se halle plagado de comicidades: simplemente ese hombre las ve por doquier, las inventa y las expresa, como defensa contra su entorno y las clases sociales que lo subyugan. Su oralidad nos da cuenta de la importancia de lo cómico en su sistema axiológico de la estética; oralidad que es la literatura popu-

lar y parte sustancial de su sistema de producción estética especializada que denominaremos artesanas, porque aparecieron antes del Renacimiento y que hoy operan en las condiciones sociales precapitalistas en que vive la cultura popular de nuestros países.

Lo sublime y lo trivial

Igual que toda sensibilidad, la popular siente lo sublime en la naturaleza y los héroes, los dioses y los objetos, cuando ve su grandeza, lo imponente y su majestad; o bien percibe lo descomunal, sobrecogedor y su enormidad. Esto le suscita horror mientras lo otro admiración; quizás temor pero con simpatía. Para E. Burke, siglo XVIII, se suscita un "terror deleitable" (Lokke, 1982). Para algunos estudiosos lo sublime constituye la primera categoría estética fundamental que aparece en el hombre, fusionada con la belleza y la utilidad de su subsistencia material y que encontramos subyacente a todo terror sentido ante los seres sobrenaturales y propio de nuestros sentimientos religiosos. En muchos casos, lo sublime viene a ser un grado superlativo de la belleza, el dramatismo o el heroísmo. Sería necesario indagar, entonces, hasta qué punto los sentimientos de sublimidad intervienen en los sistemas de clases sociales o de dominación, e inducen a las clases populares a considerar superiores a las altas, y temerlas y admirarlas a la vez. La grandiosidad interviene, al parecer, en todo principio de autoridad, religiosa o laica, que da lo mismo en este caso.

Lo sublime y lo trivial conforman el par de categorías estéticas fundamentales más clasista, ya que lo trivial es tomado por valor negativo y se le identifica con el pueblo o lo vulgar. Así, lo sublime laico o lo sagrado se oponen al vulgo. Viéndolo bien, los sistemas políticos de dominación

han logrado que la belleza, lo dramático y lo sublime sean tomados por valores positivos por todas las clases sociales. Consecuentemente la fealdad, lo cómico y lo trivial pasan a ser valores negativos y propios de los subalternos o dominados. En realidad, toda categoría estética puede tener valor negativo o positivo, depende de las circunstancias; esto es, de las relaciones entre el sujeto y el objeto.

Cuando lo sublime se ve como majestad y grandeza, se lo admira y convierte en valor positivo y optimista. Cuando percibimos enormidades y sobrecogimientos, nos embarga el horror y, por ende, lo sublime adquiere un valor negativo y pesimista. Lo mismo sucede con lo trivial cuando lo liberamos de los prejuicios clasistas. El gusto popular no puede ver negativamente lo suyo, aunque lo sufra, y sea horrible como espectáculo –no su existencia– para la clase alta. Lo trivial se torna valor positivo cuando la realidad cruda popular moviliza las esperanzas y los cambios revolucionarios. En este caso, lo sublime de la clase alta deviene lo horrible para la clase popular o, si se prefiere, las clases hegemónicas son identificadas con lo horrible de la injusticia social.

Sucede que lo sublime no sólo es generado fuera de las clases altas, también lo produce y aprecia el gusto popular; es decir, éste es asimismo productor y consumidor de sublimidades. Para comprobarlo y comprenderlo, hemos de aceptar que las categorías estéticas no únicamente están en la naturaleza, los héroes y los seres sobrenaturales o divinos, sino también en "todo lo que corresponda a la lucha del hombre", como lo propone Peter Weiss en una entrevista sobre su libro *La estética de la Resistencia* (Pracht, 1978, p. 268). Si lo aceptamos, veremos lo sublime en las masas de la revolución francesa y la rusa, la cubana y la nicaragüense. En las gestas revolucionarias tienen lugar procesos de subli-

mación o, lo que es igual, de superación de las desventajas de lo trivial de la pobreza y el analfabetismo. Si para los intereses de las clases altas lo sublime significa sublimar lo vulgar, para las populares implicará superar las injusticias de las clases elevadas (superadas en beneficio de las mayorías demográficas).

Ya hemos señalado que estudiosos de la República Democrática Alemana, en una de sus publicaciones –con el apoyo de *La estética de la Resistencia* de Peter Weiss– postulan hoy lo sublime de la resistencia contra los fascismos, genocidios e injusticias sociales, mientras toman lo trivial por lo horrible del mundo actual. Propiamente, la definición burguesa y clasista de lo trivial como lo bajo y lo popular y la de lo sublime como lo selecto y elevado, favorecen a los idealismos e idealizaciones que de la realidad de las clases altas hacen los agentes ideológicos de éstas. Hoy, en cambio, las definiciones materialistas optan por conceptuar a la trivialidad como el término medio, el promedio o lo típico de las realidades, propias de las mayorías demográficas, si se trata de las realidades humanas de un país o continente. Y éste sería el realismo verdadero o la auténtica realidad.

Es frecuente confundir el naturalismo con el realismo. En verdad, el primero es un estilo icónico que consiste en representar realidades visibles o ficciones aceptadas como realidades, con imágenes provistas de un elevado número de informaciones visuales o semejanzas. El realismo, mientras tanto, es un modo de conceptuar a la realidad por su promedio o elementos triviales u ordinarios y no por su parte mejor, seleccionada o idealizada, que propiamente constituye una excepción, como lo hace el naturalismo. En éste priman las semejanzas visuales y la belleza, en tanto el realismo se aleja de la belleza para acercarse a lo normal y no a la fealdad que también es una excepción como la belleza; queremos decir, por ejemplo, que, por lo general, los seres

humanos no son feos ni bellos, sino normales, reales o triviales.

Pese a ello, la gente suele acostumbrarse a la belleza y la exige en toda realidad como si la excepción fuese lo normal. Entonces la excepción pasa a ser lo feo o lo no bello. Por eso se le reprochó a Courbet representar gente fea en sus pinturas, así como abundaron las protestas porque Caravaggio pintó a la Virgen con facciones de campesina. Ambos pintores fueron naturalistas en su estilo, pero realistas por sus concepciones de la realidad que ellos instituyeron de modo creativo y ejemplar en la pintura occidental.

Pensemos en las imágenes de producción popular que tanto en Europa como en el Tercer Mundo son realistas por un lado y míticas por otro y cuyas figuras humanas están alejadas de la belleza antropomórfica. Recordemos asimismo que el arte egipcio y el africano abstraen y sitúan a sus imágenes entre el naturalismo y el realismo; sus figuras esquemáticas no son ni feas ni bellas. Si vemos feos a los personajes representados en las actuales manifestaciones estéticas de los asiáticos, africanos y latinoamericanos, es porque no sabemos ver sus pormenores faciales (todos los chinos son iguales) o simplemente los rechazamos sensitivamente por prejuicios raciales. En todas partes del mundo se aceptan hoy como bellas las realidades que se acercan a la belleza ideal europea, o de la raza blanca si se trata de personas.

Algo muy similar sucede con lo monumental o sublime, que es evidente en las culturas egipcias y africanas clásicas, así como en algunas manifestaciones estéticas del Tercer Mundo de hoy, pese a no haber belleza antropomórfica. Si hay belleza, el goce de lo sublime será el artístico de tipo intelectual.

La estética popular no sólo produce sublimidades en las circunstancias de las revoluciones sociales; las gesta asimis-

mo en la vida diaria y festiva cuando inventa narraciones épicas y heroicas en su oralidad y en sus canciones. He aquí las dos fuentes principales de los mitos populares, todos muy ricos en sublimidades para los estudiosos, incluidos los estetólogos. Se les suman los mitos religiosos, en torno a Dios, al más allá y a la ética de las prohibiciones, supersticiones o "mandamientos" básicos del comportamiento humano. Las canciones y la oralidad nos dan cuenta de heroísmos revolucionarios y de protestas o denuncias sociales. A estas narrativas de consumo popular deberán agregarse las de los medios masivos o diseños audiovisuales. En sus audiovisuales el mundo altamente industrializado exporta epopeyas, y éstas van destruyendo las éticas y las estéticas transmitidas al gusto popular por su legado cultural.

Las narraciones producidas y las consumidas por la sensibilidad popular utilizan los mismos patrones, a saber: los buenos contra los malos, con el triunfo de los buenos. Estos aparecen como portadores de todos los valores estéticos positivos que el poder político institucionaliza en la sociedad, así como los valores negativos pasan a ser atributos de los malos. Las narraciones, con sus numerosos personajes y vicisitudes, difunden y arraigan las categorías estéticas en sus versiones favorables a las ideologías dominantes. Son verdaderas lecciones de valoraciones y comportamientos estéticos que van modelando a la sensibilidad popular.

Lo mismo sucede con los mitos religiosos, en especial los de los politeísmos. La mitología griega, por ejemplo, fue muy rica en aspectos estéticos y las narraciones hermanan, sobre todo, los mecanismos psíquicos concernientes al respecto, obediencia o temor al poder constituido: el inhumano de las tiranías, el paternalista y el castigador de los seres sobrenaturales y omnipotentes. Viéndolo bien, la religión y la herencia cultural son los dos principales formadores del gusto popular. Sus artesanías así lo expresan.

Lo bajo o trivial, lo pedestre y horrible, como anti-sublimidades, son de valoración relativa y relacionista. Cambia de signo si es mirado con el gusto hegemónico o el popular, esto es, depende de la relación objeto-sujeto. Existe como realidad independiente del hombre, pero como una potencialidad que requiere la valoración de un sujeto. A nuestro juicio, el gusto popular prefiere identificar lo trivial con lo grotesco o lo cómico, lo feo o lo horrible. Como ya lo hemos dicho, en las sociedades clasistas o de dominación, el hombre popular se toma y toma su vida diaria por normales, tanto en su oralidad como en sus canciones. Y si los cristianos identificamos a lo trivial y bajo con el diablo y el infierno, los medios masivos lo hacen con los malos de sus narraciones. Total que en su producción y consumo, el gusto popular sublima lo trivial con humor o resignación.

La relatividad de lo trivial se evidencia más en las manifestaciones artísticas que no llegan al gusto popular y en las artesanas que lo retroalimentan. En unas y otras se representa lo trivial y se denuncian las injusticias sociales, o bien en las artísticas hay un regodeo propio de espíritus decadentes que encuentran belleza en lo infrahumano, como apunta M. Kagan (1987, p. 158). Cabe destacar que en nuestros países predominan las denuncias sociales.

Lo típico y lo nuevo

La critica y la teoría de la literatura contemplan desde tiempos inmemorables a la tipicidad como una calidad estética, tal el caso de *Otelo* de Shakespeare o de *El avaro* de Molière, como prototipos de los celos o de la avaricia. Hasta donde sabemos, lo típico como categoría estética fue propuesto con justificaciones filosóficas válidas por el estudioso

germanoccidental Hans Koch (1962, pp. 292-358). Para este materialista, lo típico constituye una categoría estética que consiste en una "generalización estética de lo individual". La tipificación viene a ser, entonces, la generalización de lo particular, que requiere de un elevado poder de síntesis y mucha fantasía. La tenemos más clara en las normas éticas que siempre son postuladas como universales o válidas para todos. El citado estudioso centra la generalización estética de la realidad en la producción artística y se abstiene, por desgracia, de nombrar la contrapartida. Si nosotros consignamos lo nuevo como lo opuesto a lo típico, es por nuestra cuenta y riesgo, ya que lo atípico es lo inesperado o sorpresivo, vale decir, lo nuevo o la novedad. Además, la propuso J. Addison en el siglo XVIII.

A nosotros nos interesa aquí lo típico como una categoría existente que el gusto popular utiliza en su vida diaria y en sus lecturas de las artesanías y de los diseños audiovisuales, así como en la producción de las manifestaciones estéticas. En nuestra opinión, viene a ser una categoría cognoscitiva, epistemológica o intelectual. Toda persona imagina o idealiza las características de cada realidad de su entorno. Es muy posible que el hombre común emprenda las generalizaciones de la realidad concreta sin tener conciencia de su elaboración, pero las practica previo aprendizaje en el señalamiento y la lectura de lo específico, genérico o típico de las diferentes realidades. Con todo, lo típico nunca tuvo en el gusto popular la importancia de lo cómico, lo dramático-sentimental o de lo sublime.

Lo típico concierne asimismo a cada una de las categorías estéticas fundamentales, pues cada quien lleva en mente las peculiaridades de lo que entiende por belleza o fealdad, dramaticidad o comicidad, lo sublime o trivial, lo típico y lo nuevo. Como es de suponer, la tipificación la logran mejor los artesanos, artistas y diseñadores en sus obras. Todo ser

humano maneja una tipología de los seres humanos y de las diversas situaciones sociales, mediante cuyas características o aire de familia las diferencia entre sí, las reconoce y designa una por una. Si entre muchas otras funciones la literatura tiene la de preservar y renovar los sentidos que a las palabras da la "tribu", así también las artes plásticas en cuanto a las generalizaciones y estructuras (o Gestalten) que rigen a nuestras percepciones. En realidad, hay toda una lucha ideológica en torno a la tipicidad. La cultura occidental, por ejemplo, sobrevalora las generalizaciones o las universalidades que, si bien son útiles como guías, nos alejan de la realidad concreta y favorecen a sus intereses.

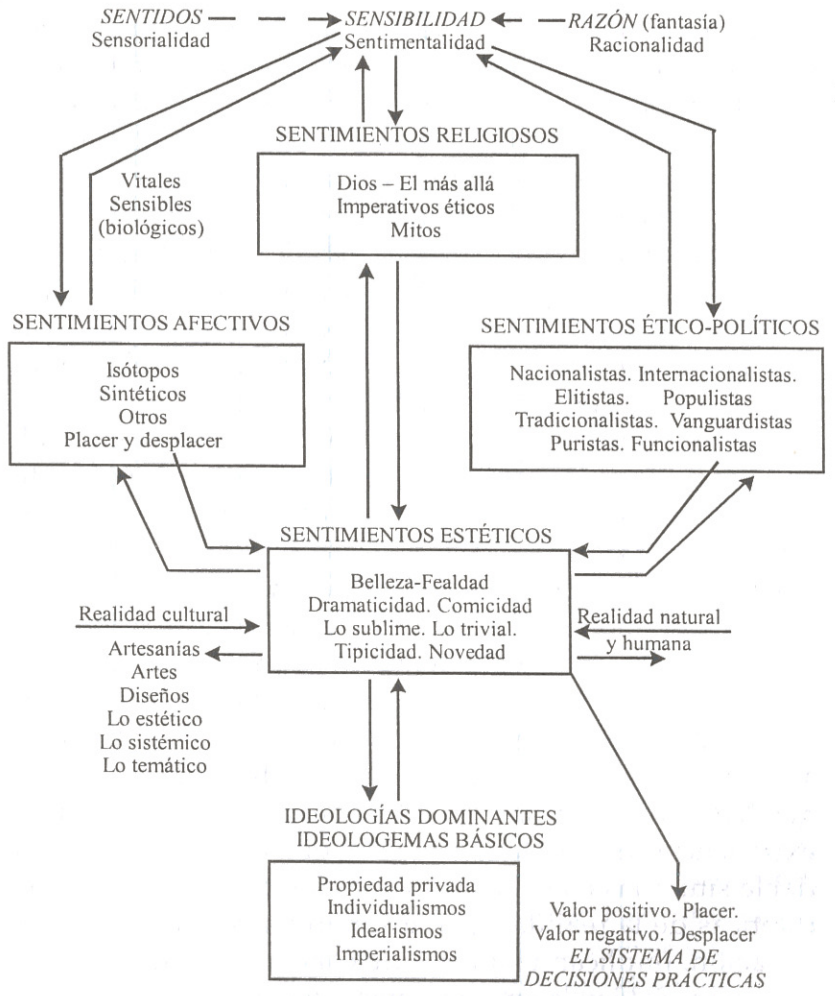
Si Otelo es el símbolo de los celos conyugales, entonces lo típico se acerca al símbolo y a la alegoría. En todo caso, tenemos que ver aquí con patrones que identifican realidades. Como resultado, el hombre común tiene que producirlos y saber consumirlos o utilizarlos. Se trata de una categoría estética de tipo intelectual. Naturalmente, los artesanos, artistas y diseñadores tienen el adiestramiento profesional de saber construir alegorías. No en vano la alegoría y la elipsis son recursos literarios. No por nada vivimos en el mundo de los "logotipos", o sea, nuestros jeroglíficos.

Los estudiosos de la estética popular deben rastrear las tipificaciones visuales, auditivas y espaciales de las realidades del entorno del hombre común. Sobre todo, en su oralidad y en sus canciones. Otras fuentes de estudio son las resemantizaciones y revaloraciones que el gusto popular hace de los mensajes televisuales con sus imposiciones de lo típico. Cierto es que lo típico depende de la relación objeto-sujeto, en la que intervienen los factores sociales y culturales que ambos portan. Impera la relatividad, así como unas tipicidades que en algunos casos son positivas, y en otros resultan negativas para los intereses del hombre común.

La misma relatividad, aunque más evidente, la encontramos en lo nuevo, lo inusual o extraño como categoría estética fundamental, que el inglés Joseph Addison propusiera como tal en el siglo XVIII; pero, las vanguardias de este nuestro siglo abusaron de ella y la degeneraron en un culto a la novedad o neomanía. Sin lugar a dudas, toda categoría estética ha de contener novedades para que emocione al hombre y éste la viva. Muchas personas buscan la confirmación de su gusto, pero con algunas variantes la repetición aburre. La necesidad de la novedad es de por sí un valor estético auténtico para el individuo. Como valor artístico requiere mayor objetividad. En otras palabras, la novedad no existe en abstracto sino como atributo de algo, igual que toda categoría estética, y debe estar unida a la utilidad social, cultural o individual para que ciertamente sea *un* valor objetivo original.

B. LAS RELACIONES AFECTIVAS Y LAS RELIGIOSAS

En el diagrama de la página siguiente queremos señalar la amplia variedad de sentimientos que pueden acompañar o respaldar a los estéticos. La intervención de los sentimientos anaestéticos, depende de la personalidad del individuo, vale decir, de la importancia que para él tengan los sentimientos religiosos, afectivos, ético-políticos, estéticos o los ideologemas básicos de las ideologías dominantes en nuestros países latinoamericanos; unos tienen prioridad y otros no. En síntesis, depende de la predisposición sentimental de la persona. Depende asimismo del momento que ella atraviesa y de los factores sociales, así como de la contextura del objeto o portador (natural o cultural) de la categoría estética.



EL SISTEMA AXIOLÓGICO POPULAR

El sentimiento no es un epifenómeno del objeto sino resultado de la relación objeto-sujeto, o sea de la valoración de este último. Será conveniente señalar si es que nos referimos

a sentimientos de belleza, dramaticidad o de cualquier otra categoría estética. El proceso sentimental, por otro lado, se orienta hacia dos direcciones: la influencia de los estéticos provenientes de la obra de arte sobre los sentimientos afectivos o religiosos, y de éstos sobre los estéticos. Sin embargo, sucede que la obra de arte posee, además de los estéticos, componentes y efectos artísticos que son intelectuales, y temáticos que se hallan estrechamente unidos a los sentimientos religiosos o a los afectivos en que traducimos las formas, o los adoptados por contagio del mundo psíquico de los personajes de la obra de arte.

Creemos que para comprender la mecánica sentimental, debemos tomar en cuenta las distintas intensidades de los sentimientos, para diferenciar a éstos entre sí. Cabe entonces poner en un lado los sentimientos instantáneos o automáticos que tenemos cuando reconocemos alguna categoría estética en las realidades de nuestro entorno; sentimientos que son simples orientaciones en la realidad diaria y, como tales, no se detienen en lo sensitivo sino que van directamente a lo inteligible de los componentes estéticos. Es así como podemos reconocer lo bello, dramático o feo de muchas realidades, sin por esto tener necesariamente una experiencia realmente estética. En el lado opuesto nos es dable situar las emociones que nos suscitan las categorías estéticas de la realidad y que son intensas, poseen cierta duración, implican una toma de conciencia, valoran y reflexionan. Si bien la emoción puede tener varias intensidades y exteriorizaciones, constituye una verdadera experiencia estética.

Sentir emociones estéticas o religiosas ante una realidad presupone condiciones favorables. En primer lugar porque la realidad nos resulte atractiva, vale decir, que nos despierte el amor o el interés por ella; decimos despierte y no que nos suscite, porque lo atractivo del objeto requiere en el

sujeto una predisposición sentimental o estado psíquico favorable. Y en segundo lugar, porque si el sujeto se halla absorto en otras pasiones o le embargan depresiones, no tendrá una verdadera experiencia estética ni religiosa. Todo depende de la personalidad del receptor, sobre todo si éste busca en la realidad confirmación de sus preferencias o quiere descubrir o aceptar contradicciones a su gusto para innovarlo. A la emoción estética y a la religiosa se adhieren casi siempre afectividades o los sentimientos religiosos predominantes en la personalidad del receptor; a los sentimientos objetivos –o producidos por el objeto– se suman los subjetivos o imaginados por el sujeto.

Para estudiar en la estética popular las vinculaciones de sus valores con las afectividades y con los sentimientos religiosos, no nos queda otra cosa que enfocarlas en la vida diaria y festiva del hombre común, tanto del obrero como del campesino. Así podremos establecer sus prácticas habituales y las posibles de su sensibilidad estética.

Sería erróneo partir de los objetos denominados obras de arte, ya que éstas no llegan al hombre común. También sería erróneo querer ver a la estética popular a través de los objetos producidos por las artesanías o por los diseños, porque dicha estética se halla siempre en constante relación con la realidad concreta del entorno. Con esto queremos decir, que para la estética popular no existen museos ni exposiciones de objetos que la revitalicen, nutran y transformen. Ella se expresa y autorretroalimenta con su oralidad, música, bailes y canciones, productos éstos del sistema productivo especializado, que denominamos artesanías y que –propio de la estética popular– opera íntimamente ligado a las realidades concretas de la subsistencia material del hombre común.

Por otra parte, las actividades religiosas del catolicismo popular con sus ritos y objetos, así como las telenovelas con

CENTRO DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN

sus narraciones sensibleras, influyen sobre el sistema axiológico de la estética popular, pero influyen como elementos de dominación. La sensibilidad del campesino y la del obrero están unidas a realidades concretas, así como los mitos de su oralidad, religiosidad y telenovelas de su preferencia. La Iglesia guía a su tradicionalismo de raigambre rural, mientras los audiovisuales masivos le van imponiendo valores nuevos y favorables al imperialismo cultural de los países ricos. En la estética popular también se da la lucha por el dominio ideológico entre la Iglesia y el Estado laico.

La razón de existir de todo este panorama se nos antoja simple. La cultura popular es muy distinta a la hegemónica y gira en torno a la sentimentalidad o afectividad y no a la intelectualidad, como lo hace el hombre de la cultura hegemónica. El hombre común debe enfrentar y solucionar todos sus problemas de pobreza y de su colectividad con la intuición y los sentimientos, incluyendo unos cuantos conocimientos empíricos. Esto, como compensación de la falta de educación racional, que no se le quiso o no se le pudo dar. La sentimentalidad involucra a sus creencias religiosas que son más sentimientos que conocimientos. De allí el tradicionalismo o conservadurismo de la cultura popular. No en vano ésta y la religión son propias del pensamiento mítico, predominante en el hombre común.

Como resultado de lo anterior, los sentimientos afectivos se imponen a las categorías estéticas y les imprimen un sello sentimental particular. La dramaticidad, por ejemplo, conduce al hombre del pueblo a la compasión, a la ayuda y a las lágrimas, mientras fusiona la trivialidad con lo cómico, y la sublimidad le produce terror. Recordemos que el receptor de la estética hegemónica siente placer a través de una intelectualización y embellecimiento de lo dramático,

cómico o sublime. La intelectualización y la belleza pura son, en cambio, ajenas a la estética popular.

Las que hemos denominado actividades estéticas de reconocimiento, predominan en la rutina del hombre del pueblo: en alimentarse, asearse y dormir en el hogar, en transitar por la ciudad y en sus actividades laborales diarias de asalariado. Sus emociones surgen ante realidades inusitadas del diario vivir. En las actividades estéticas mencionadas juega un papel importante el animismo y se le atribuyen sentimientos humanos al río y a la tierra, al agua y al aire, al viento y a la lluvia. Las emociones en el hombre surgen, sobre todo, en su tiempo libre, esto es, en las festividades religiosas, fiestas familiares, canciones, música y bailes, oralidad y telenovelas o diseños audiovisuales.

La estética popular, como toda su cultura, se halla íntimamente ligada a la conciencia religiosa, cuyos mitos constituyen, precisamente, los temas de las obras de sus artesanías. La médula de la estética popular es, sin duda, la religión, así como la sentimentalidad lo es del hombre común o de la cultura popular en general. Ya lo dijimos: por ausencia de una educación racional o científica, el obrero y el campesino se explican todo con la religión. No se requiere mucha perspicacia para descubrir que la cultura popular fusiona lo profano y lo divino, la religión y la estética, lo estético y lo ético, el mito y el misterio.

Son evidentes las diferencias entre la estética popular y la hegemónica. Como es sabido, en esta última predomina la intelectualización sobre la sentimentalidad, lo divino sobre lo profano, la estética sobre la ética, el individuo sobre la colectividad. La popular, mientras tanto, fusiona los extremos y los ancla en la realidad de su pobreza y de su colectividad. Pero la fusión no impide que la sentimentalidad subyugue a la intelectualidad, la ética a la estética y prefiera lo colectivo a lo individual. Asimismo el hecho de vincu-

CENTRO COSTARRICENSE DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN

larse con la realidad concreta no evita ser explotado. En última instancia, la cultura hegemónica saca mayor provecho práctico y real de la religión y de lo estético, para que así sus clases privilegiadas dominen más disimuladamente a las populares. Total: el hombre del pueblo posee una cultura estética de tipo religioso y, sobre todo, sentimental, y la sentimentalidad es fácilmente manipulable por el poder ideológico de la Iglesia y del Estado.

Como es fácil colegir, el hombre común tiene una recepción estética y/o temática (la religiosa casi siempre) ante los objetos, imágenes y acciones puestas en circulación, en la sociedad, por el sistema productivo que denominamos artesanía y que se halla íntimamente ligado a las festividades religiosas. Si es que cabe aludir a una recepción artesana –por el hecho de haber una artística–, será la de la gente de oficio, capaz de señalar de dónde vienen las antedichas imágenes, acciones y objetos, que retroalimentan a su propio sistema productivo. Lo mismo sucede con la recepción artística o la "diseñil" en la estética hegemónica: pocos la emprenden, pues requiere una educación especial previa en historia y teoría del arte o del diseño. Propiamente, la recepción sistémica (la artesana, artística y "diseñil") es intelección con variada dosis de empirismo o de cientificismo.

Si queremos estudiar las relaciones de los valores de la estética popular con los valores religiosos, debemos centrarnos en sus mutuas diferencias y en su recíproca fusión. Después de todo, las condiciones de las sociedades de clases determinan, en la sensibilidad del hombre común, el predominio y la fusión de los sentimientos afectivos y religiosos, estéticos e ideológicos, éticos y políticos. Todos ellos forman el "sincretismo" primario del hombre, cuya diferenciación permite el dominio de unos pocos sobre las mayorías demográficas mediante hábiles persuasiones que manipulan al gusto popular. Y este "sincretismo" es reforzado y

renovado continuamente con las experiencias afectivas y religiosas, estéticas e ideológicas, éticas y políticas, que se van sucediendo, por separado, en la vida de todo ser humano.

Si los síntomas no nos engañan, se puede afirmar que todo comportamiento religioso o ético, estético o afectivo, ideológico o político descansa sobre un conglomerado o una apretada red de sentimientos, ideas y percepciones. Con especial estrechez lo religioso y lo estético se vinculan entre sí, por eso resulta muy difícil establecer sus diferencias mutuas y saber cuál de ellos está al servicio del otro. Lo religioso y lo estético se hallan divorciados en nuestras culturas hegemónicas, pero los analistas los pueden estudiar por separado y demostrar sus diferencias, tanto en estas culturas como en las populares.

Algo muy distinto sucede en las culturas populares. La religión y la estética actúan muy fusionadas y el hombre común no las diferencia entre sí porque distinta es su cosmovisión y no porque no pueda. Lo religioso y lo estético se funden con facilidad en el gusto popular debido a que actúan entre lo fantástico y lo real, lo divino y lo profano. No por nada, ambas constituyen formas ideológicas y son partes de la superestructura de toda sociedad, aunque la religión esté más alejada de la base material o infraestructura, que las artes.

Durante milenios, la artesanía –en su calidad de sistema productivo de la estética popular– sostuvo fines religiosos y abasteció imágenes, acciones y objetos que hacen visible a los seres sobrenaturales y que, imaginados por el hombre, crean supuestamente al universo gobernando su marcha y el destino de los seres humanos. Su representación osciló entre la deificación y la laicización de los dioses y demonios, sean éstos de configuraciones quiméricas o de un bello naturalismo. Para el efecto, se tejieron en su derredor mitos y misterios que expresan la cosmovisión y la ética particu-

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACION

lares de la colectividad. Si, por un lado, la pasión y muerte de Cristo nos muestran un hombre de carne y hueso, por el otro se diviniza a la Madre María con el misterio de la Inmaculada Concepción.

En el catolicismo popular latinoamericano encontramos insertados muchos elementos mágicos del mundo precolombino y/o africano. Propiamente, nuestras mayorías demográficas practican un catolicismo mágico-religioso con sus místicas "tecnológicas". Las calificamos así porque sus fines son prácticos y utilitarios, como en toda magia temprana del hombre, y porque toda magia implica querer influir en el curso de los fenómenos naturales y humanos, mediante ciertas prácticas rituales. Sus ritos constituyen instancias para influir sobre los Santos milagrosos o bien sobre las fuerzas sobrenaturales que nos gobiernan. En estos ritos, el gusto popular funde valores lógicos y éticos, estéticos y políticos.

Toda estética constituye un proceso y sus cambios evolutivos se suceden de acuerdo con las necesidades históricas de la colectividad. Pero las estéticas populares de América Latina muestran, hoy día, cambios más acelerados y profundos, vale decir, se desruralizan en forma rápida a partir de 1950. Su urbanización está en la fase de los cinturones de miseria como antesalas de una futura y deseada proletarización. Por otro lado, los sistemas axiológicos de sus estéticas y éticas, lógicas y políticas son en estos momentos bombardeados por la industria cultural de los países ricos que persuaden a dejar los valores tradicionales para adoptar, en su lugar, a los de tales países.

Para nosotros, la religión vendría a ser la manifestación estética más lograda por el hombre; ella fusiona todos los valores y mecanismos del premio y castigo, del bien y del mal, el más allá y el aquí y ahora, que necesita el hombre para orientar sus comportamientos y decisiones prácticas.

CENTRO XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

La religión se centra en la sublimidad o grandiosidad, categoría estética que suscita miedo y/o admiración. Según las circunstancias históricas, unas culturas se identifican con el miedo y exaltan lo horrible de la existencia humana y lo terrible de la justicia divina, mientras otras optan por la admiración y enaltecen al mundo con bellezas imaginadas o idealizadas.

Como ya hemos postulado, las estéticas populares de nuestros países corporizan combinaciones de elementos precolombinos y/o africanos con los de la estética feudal ibérica que nos impusieron nuestros invasores, además de los mestizos que fueron surgiendo. Todos estos elementos y sus combinaciones son ajenos a la belleza y al naturalismo propios de la estética renacentista que importaron de Europa nuestras repúblicas.

Toda religión es un compendio de estéticas, dado que en sus personajes y mitos se dan cita las categorías estéticas sin faltar ninguna. Ahí está como prueba, la mitología griega o la romana que tanto contribuyó, en el Renacimiento, a la formación del individuo que reemplazó al feligrés; al hombre preocupado por el más allá y no por su aquí y ahora terrenales. En los personajes y mitos religiosos también se dan cita las diferentes actividades humanas: la ira y el miedo, la envidia y la congoja, la vergüenza y la compasión, la solidaridad y el egoísmo, la tristeza y la nostalgia, el amor y la pena, etcétera; afectividades que conforman una ética especial y que modelan, con ejemplos, la vida afectiva del hombre. Y modelarlas es en la práctica crear necesidades, ya sea como hábitos, reflejos condicionados o razones antropológicas. Es entonces cuando surge en el individuo la necesidad de rechazar afectividades y de privilegiar otras. Las afectividades operan respaldadas por las creencias religiosas y las categorías estéticas.

Las reflexiones o apuntes que hemos hecho hasta aquí, por falta de investigaciones ecoestéticas en el terreno mismo de la estética popular latinoamericana, pueden finalizar señalando la perfecta simbiosis que se produce entre las afectividades, las categorías o valores estéticos y las creencias religiosas.

Unas y otras son sentimentalizadas, estetizadas y mitificadas o sacralizadas, respectivamente. Si surgen conflictos entre ellas, entonces deciden las ideologías dominantes que, a través de ciertos justificadores ético-políticos, ideologizan y politizan a una por una.

Con todo, en la estética popular predomina la sentimentalización de lo religioso, estético, político, ideológico y ético, lo que equivale a sumergirla en el irracionalismo, en que ella es fácilmente manipulable. La sentimentalización genera, a su vez, fanatismos, cultos y pasiones que terminan imponiéndose. Todo depende de la personalidad del individuo; pero en lo popular el fanatismo es casi siempre religioso. El hombre de la cultura hegemónica, en cambio, posee recursos intelectuales para diferenciar críticamente los valores. Si se quiere, es menos propenso a la sentimentalidad o irracionalismo. Sea como fuere, terminan imponiéndose los ideologemas de las ideologías dominantes que representan a los intereses del modo de producción material (el capitalismo) y que son considerados "naturales" del hombre, sea éste culto o popular.

C. LAS VINCULACIONES ÉTICO-POLÍTICAS Y LAS IDEOLÓGICAS

Somos materialistas, y por tanto estamos convencidos de que el modo de producción material imperante en una sociedad (el desarrollo de sus fuerzas productivas y las relaciones sociales de su producción) genera ideologías que lo defienden y que inculcan en cada individuo sentimientos favorables a sus intereses de forma hábilmente hegemónica. Estas ideologías se valen, a su vez, de unos justificadores ético-políticos que las encubren y legitiman. Por tales justificadores –que se encargan de las relaciones públicas de las citadas ideologías (también de la cultura estética, la ética y la religiosa)–, entendemos la degeneración de los términos de algunos pares dialécticos de la realidad, que simulan un mutuo antagonismo y pasan por verdades inamovibles y beneficiosas. Nos referimos a los nacionalismos e , internacionalismos, elitismos y populismos, tradicionalismos y vanguardismos, individualismos y colectivismos, purismos y funcionalismos, tecnocratismos y naturalismos, etcétera. Son ideas, idearios o doctrinas que se tornan imperativos éticos y sentimientos para lograr mayores persuasiones, es decir, son sentimentalizados y estetizados.

Como es del dominio general, los elementos internacionales (o universales) no existen sin los nacionales (o locales). Para ser exactos, lo universal es en principio indefectiblemente nacional. Sin embargo, unos son convertidos en valores positivos por sus partidarios (los internacionalistas o los nacionalistas), mientras los otros son considerados antagónicos y se les condena como valores negativos. Lo mismo sucede con los elitismos que atribuyen causas sobrenaturales a la minoría de gente que acepta un bien cultural recién nacido y provisto de cambios radicales, cuando tal minoría es resultado de una educación costosa o de la división técnica del trabajo de consumir bienes culturales. Los elitismos devienen valores negativos para los partidarios de los populismos que adjudican valores positivos y decisivos a los bienes culturales de fácil recepción (como los medios masivos), no obstante ser adversos a los intereses populares. En buena cuenta, los populismos son demagogias

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

que aparentan amor al pueblo, en tanto los elitismos implican aristocratismos; es decir, unos y otros son igualmente nocivos para los intereses populares. El reduccionismo es evidente en el resto de los justificadores, porque sin tradición no hay novedad (no existe presente sin pasado, ni ruptura sin continuidad), como tampoco se da lo colectivo sin individuos, ni la técnica sin naturaleza, mientras la pureza es una ilusión, pues siempre cumple alguna función práctica.

Las vinculaciones con los justificadores ético-políticos, son palmarias cuando los partidarios de la conservación de la estética popular defienden sus virtudes con argumentos nacionalistas, mientras los progresistas buscan sus cambios radicales y aducen razones también nacionalistas o bien internacionalistas. Los justificadores se usan, sobre todo, cuando aparecen nuevas tendencias artísticas y hay necesidad de prestigiarlas y legitimarlas con purismos o funcionalismos, individualismos o colectivismos, tecnocratismos o naturalismos, elitismos o populismos. Si queremos pruebas de ello, ahí están los manifiestos de los artistas y los textos de los críticos de arte.

En nuestros países recurrimos, sobre todo, a los nacionalismos o internacionalismos para justificar cambios o permanencias. En los países ricos, en cambio, se apela más a los tecnocratismos o vanguardismos, tradicionalismos o vanguardismos para prestigiar a los cambios o a las permanencias, tanto estéticas como éticas y políticas. Estos justificadores solidarizan a la población y deforman a la realidad. Por estar muy separada de la base material, la religión no es necesariamente involucrada: ella –eso sí– puede ser utilizada por todos los justificadores ético-políticos y todos los postulados de cambio o de permanencia. Además, los justificadores también son estetizados y "etizados" durante su uso, y suelen entrar en simbiosis con las creencias religiosas. Como es de suponer, debemos estudiar, en el terreno de la cultura estética de nuestros países, sus vinculaciones con los justificadores ético-políticos.

Pasemos ahora a las ideologías que nosotros tomamos aquí por su definición amplia: como una suerte de cosmovisión que sirve de cemento para unir a la colectividad cuando peligra su unidad, y que deforma a la realidad. Dichas ideologías están constituidas por la reunión de ideas y creencias, tanto falsas como verdaderas, que favorecen a una clase social. Incluso las hegemónicas y las subalternas o las contrarias pueden compartir los mismos componentes o ideologemas. Nosotros consideramos que las ideologías no incumben a la verdad ni a la falsedad, tampoco son cuestiones de ideas, idearios o doctrinas; constituyen en realidad inclinaciones favorables a una clase social. Por extensión, cabe aludir asimismo a ideologías favorables a los cambios o a la permanencia, que operan también en las sociedades sin clases respecto a todo campo de la producción de bienes culturales; aparte de que las ideologías dominantes van desde el partido y del marxismo hacia abajo.

A nuestro juicio, en las ideologías hegemónicas de las sociedades capitalistas, predominan los siguientes ideologemas básicos: *la propiedad privada* como un derecho natural del ser humano que debemos defender a todo costo; los *individualismos,* también considerados naturales después de ocultar las diferencias entre la individualidad y el individualismo; los *idealismos* que mitifican a la supuesta superioridad natural o darwiniana de las clases hegemónicas; *los imperialismos,* por último, que se imponen a nuestros países en nombre del progreso y de la tecnocracia. Todos estos ideologemas forman parte del "sentido común" y actúan en el inconsciente de los miembros de la sociedad. Es por demás conocida la contradicción interna con que funcionan las

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

ideologías dominantes en el capitalismo. Por un lado opera con idealismos muy espirituales y metafísicos, y por otro con la más cruel y materialista explotación del hombre por el hombre en favor de la propiedad privada.

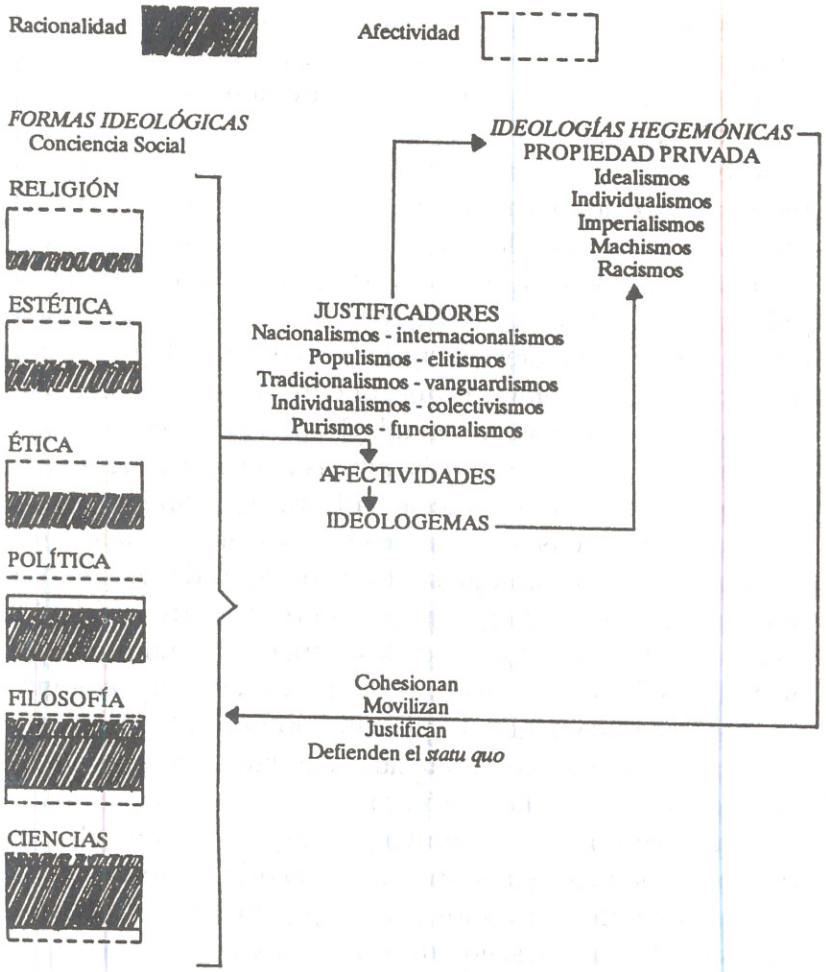
Las ideologías pertenecen a la superestructura de la sociedad o, lo que es lo mismo, constituyen la cultura espiritual ocupada en la producción, distribución y consumo de los bienes destinados a la formación y desarrollo de la conciencia. Si es así, entonces lo religioso, ético, estético y político son también manifestaciones ideológicas y forman parte de la conciencia y subconciencia de todo individuo. Es así como las conciencias de los conformistas, por ejemplo, tienen necesidades éticas, estéticas, políticas, religiosas y afectivas que, sin saberlo, defienden al poder económico constituido y recusan de plano las contrapartidas de los ideologemas básicos de las ideologías dominantes en los países capitalistas, a saber: la propiedad colectiva, los socialismos, los materialismos y los nacionalismos.

Como es fácil suponer, se nos impone la búsqueda de los mecanismos ideológicos de acción y de retroalimentación en la estética popular, no sólo como una necesidad de conocer su realidad sino también para esclarecer tales mecanismos en relación recíproca con los valores estéticos populares. El término ideología ha sido poco estudiado y todavía se halla inmerso en confusiones y contradicciones conceptuales, que lo hacen muy poco accesible para mucha gente interesada en usarlo. Por tanto, nos resulta indispensable elaborar una hipótesis de los mecanismos ideológicos posibles, cuya utilidad y veracidad debemos comprobar en los análisis que cabe emprender de las realidades concretas de la estética popular. Entre nuestras finalidades primordiales como investigadores del fenómeno estético, está la utilidad de los recursos intelectuales que elegimos. En otras palabras, nuestros fines son ante todo metodológicos e incumben a la

producción de conocimientos de la realidad. Si bien nos apoyamos en algunos fundamentos teóricos, no es nuestro propósito crear aquí teorías de la ideología respecto a la estética popular.

Si recurrimos a la metáfora espacial de la base y la superestructura, tendremos a la religión, la estética, la ética, la política, la filosofía y las ciencias, como partes de la superestructura ideológica. Véase el diagrama de la página siguiente. Nosotros, al igual que muchos otros estudiosos, consideramos que tales disciplinas no son ideologías; constituyen formas ideológicas (término usado por Marx) o partes de nuestra conciencia social. Desde la definición materialista de la cultura, estas disciplinas del conocimiento son las modeladoras de conciencia (cultura espiritual es igual a cultura estética más la cultura científica), en las cuales suelen intervenir las ideologías y los productos de las ciencias pueden devenir ideologemas o componentes de las ideologías. Siguiendo a A. Gramsci, las ciencias son también formas ideológicas y, por ende, se diferencian de las ideologías en que las ciencias tienen que ver con verdad y falsedad, mientras las ideologías se ajustan a cambios o permanencias en favor de la clase hegemónica.

A nuestro juicio, y como ya lo hemos manifestado, las ideologías son persuasiones inadvertidas que estructuran ideologemas (verdades y falacias), con el fin de valorar las cosas y fenómenos, en nuestra vida diaria y la festiva, en favor de una clase social. En las ideologías operan –como también ya manifestamos– sus componentes básicos: la propiedad privada, los individualismos, los idealismos y los imperialismos, más los racismos y machismos, por ejemplo. Como es sabido, las ideologías vienen a ser los factores que mantienen a la sociedad en *statu quo*, pues ellas cohesionan a la colectividad (son antidisgregantes), le proporcionan identidad, justifican al poder establecido, defienden, en



HIPÓTESIS DE LOS MECANISMOS IDEOLÓGICOS

fin, su permanencia o integridad. Específicamente las ideologías operan desde arriba hacia abajo y contrarrestan los efectos revolucionarios o de renovación que suscitan y exigen las contradicciones de la base material.

Ahora bien, si aplicamos la metáfora espacial en las formas ideológicas, tendremos en cada una de éstas una base material o económica y además una superestructura ideológica, Como resultado, varía en su respectiva contextura la participación de la racionalidad y la afectividad, la conciencia y el inconsciente, las ideologías y lo económico, la verdad y la falacia. En el terreno social, cada una de las formas ideológicas corporiza prácticamente una formación ideológica, en la que coexisten modos residuales, dominantes y emergentes en pugna entre sí; es decir, entre los que son propicios al cambio y los que se inclinan hacia la permanencia.

Para mayor exactitud, en las formas ideológicas o productos espirituales de las sociedades capitalistas siempre hubo una lucha ideológica o de clases. Pero para que las ideologías actúen realmente en favor de los cambios económicos de la base de la sociedad, es indispensable que la política las adopte, genere conciencia revolucionaria y tome el poder; toda revolución presupone, indefectiblemente, una conciencia revolucionaria. Lo estético no tiene salida directa hacia la destrucción de la propiedad privada y por eso requiere la mediación de los justificadores ético-políticos y de las afectividades. Las artesanías, artes y diseños nunca inciden directamente en la sociedad cambiándola radicalmente.

El conocimiento de la mecánica ideológica de la estética popular, nos obliga al análisis crítico de los efectos que tienen las ideologías dominantes sobre el sistema axiológico del hombre común, por un lado. Por el otro, tenemos que estudiar los efectos sobre lo estético, artesano y lo temático del sistema productivo denominado artesanía. Ambas clases de efectos se producen a través del poder económico y del político que rigen a la distribución, en la sociedad, de los valores estéticos populares y de los medios materiales e intelectuales de producción artesana, estética y temática. También se producen efectos ideológicos a través del poder

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

ideológico del Estado que actúa sobre el consumo estético y sobre la producción artesana. Son pocos los artesanos que se rebelan contra los efectos ideológicos de la tradición y contra los cambios que busca el oficialismo para contemporizar, y que las cosas sigan iguales. Si lo hacen, no existe una critica ni una teoría estetológica que traduzca las rebeldías de las obras en conceptos. La difusión de estas rebeldías es impedida por el silencio que tiende el poder ideológico en torno de tales rebeldías.

Especial atención reclama el estudio de los efectos o las funciones de la estética popular sobre las ideologías dominantes: si enraizan o renuevan su hegemonía o bien si buscan los cambios radicales. Basta una ligera mirada al sistema productivo o artesano de la estética popular, para captar la importancia de los efectos estéticos, artesanos o temáticos sobre las ideologías dominantes. Propiamente estamos obligados a investigar cómo se articulan ideológicamente la estética popular con las sentimentalidades, las éticas, las políticas y las creencias religiosas populares. Si el sistema axiológico de la estética popular consiste en un conglomerado de sentimientos estéticos fusionados con los sentimientos religiosos, es muy posible que su función principal sea estetizar las cosas y fenómenos en favor de las ideologías dominantes, salvo las excepciones de los artistas revolucionarios de su sistema. Y, estetizar implica, sin duda, producir sentimentalidades estéticas que nos persuaden a tomarlas por realidades universales y verdaderas.

Para precisar, nos parece que la estética popular sentimentaliza (o irracionaliza) las ideas y conceptos, esto es, modela la irracionalidad o sensibilidad colectiva, que por antonomasia es de fácil manipulación. Si bien la estética popular se halla sitiada por la religión y por las sentimentalidades éticas, no necesariamente la religión ni la ética se identifican con las ideologías dominantes. Ahí está como

prueba la "teología de la liberación" del clero joven de América Latina con sus inspiraciones marxistas.

En el panorama de nuestros países, la estética hegemónica o dominante rige el curso de las estéticas populares en sus modos residuales dominantes y emergentes. La lucha de clases se traduce en pugna ideológica y en antagonismos estéticos, temáticos y artesanos.

En conclusión, todo nos indica que los sistemas estéticos (el axiológico y los productivos) están ideológicamente articulados con las afectividades, las creencias religiosas, la ética, y la política; forman una apretada red ideológica con las ideologías dominantes. Salvo excepciones, las estéticas son elementos de dominación.

Hasta aquí nuestras impresiones e intuiciones, apreciaciones y delineamientos metodológicos, respecto a los mecanismos internos del sistema axiológico de la estética popular. Las generaciones jóvenes de estetólogos tendrán que emprender el estudio de sus prácticas reales y concretas. Si enfocan el sistema de valores nuestras estéticas hegemónicas, comprobarán que nos vienen de Europa por transplante y que contienen muchos elementos populares, así como los propios de su personalidad latinoamericana.

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

CAPÍTULO IV

Los sistemas productores de la cultura estética

En la ecoestética de nuestros países encontramos las artesanías, artes y diseños, cuyos productos modelan con distinta fuerza y dirección nuestra sensibilidad o cultura estética colectiva. Pero no siempre coexistieron entre nosotros los artesanos, artistas y diseñadores. Hasta la primera mitad del siglo XVI tuvimos artesanías religiosas y las señoriales del mundo precolombino; y hasta el XVIII operaron las artesanías gremiales, transplantadas de España a nuestra época colonial. Principió entonces el desarrollo de las artes con el fin de desalojar a los artesanos de los principales trabajos, previa abolición de los gremios. Los diseños aparecieron en 1950 con toda su intensidad y variedad (el gráfico y el industrial, el urbano y el arquitectónico, el audiovisual y el icónicoverbal).

No existe cultura estética sin sistemas especializados de producción de objetos, imágenes y/o acciones, que la objetiven y la retroalimenten, que pueden ser de propia cosecha o importados; salvo en los albores de la humanidad, cuando se forma primero una conciencia estética y después, en el neolítico, empieza a desarrollarse en forma incipiente

una cultura estética junto con sus sistemas de producción especializada.

A lo largo de la historia de América Latina se suceden, pues, las que hoy denominamos, con razón o sin ella, artesanías, artes y diseños. Son tres sistemas importados de producción estética especializada que van naciendo en la cultura occidental.

Principiamos por las artesanías gremiales, cuando las transplantamos en terrenos precolombinos, cuyo humus entró a disminuir o a mezclarse con el ibérico y con el africano. Para la mayoría de las personas, las artesanías y los diseños son artes aplicadas o menores, si es que ellas no rotulan artes populares a las artesanías, y artes industriales a los diseños. Para nosotros, representan tres sistemas estéticos diferentes que responden a tres distintas realidades históricas europeas, constituyendo, por eso, tres procesos socioculturales diversos que necesitamos definir aquí en sus dimensiones históricas.

La cultura occidental, sin embargo, definió siempre al arte por sus dimensiones ahistóricas, esto es, por sus igualdades o constantes a través del espacio y el tiempo. Cumple de este modo con la aspiración de la filosofía occidental: elaborar definiciones universales, vale decir, definiciones basadas en las engañosas generalizaciones que tanto nos alejan de la realidad concreta. En esencia, cumple con la necesidad imperialista de universalizar su arte para imponerlo al mundo como el ideal o el superior.

En concreto, fueron exaltados los elementos ahistóricos y los asociales, tales como el trabajo simple de producción que iguala a todos los productores, titulándolos artísticos, y los productos cuyos formatos y formas se repiten, en lo substancial, a lo largo de la historia humana, pues tenían y tienen como base la realidad biológica del hombre. Por un lado, el formato de los productos de cada género artístico

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

responde a la visión y tactilidad del hombre, vale decir, se adecúa a la escala humana. Por otro, la organización de las formas obedece a los principios de ordenamiento de las proporciones y ritmos, direcciones y simetrías, que pone en práctica el hombre según el adelante y atrás, la izquierda y derecha, el arriba y abajo de su erguimiento corporal.

Es así como la cultura occidental definió a las artes, ateniéndose únicamente a la mitad de su realidad: a aquella integrada por igualdades o constantes. Dejó a un lado las diferencias, esto es, las constantes de cada época y de cada espacio que precisamente son históricas. En otras palabras, nunca Occidente elaboró una definición histórica del arte, no obstante haber producido teorías que lo postulan como un fenómeno histórico, de suyo cambiante con el tiempo y con el lugar.

Para mejor exaltar igualdades y ocultar diferencias y así amputar la realidad, la cultura occidental insistió en el trabajo simple de pintar o dibujar, esculpir o construir edificios, como el elemento específico y determinante de cada género artístico. Es que este trabajo manual no ha cambiado en esencia en el hombre, salvo lo inherente a los cambios de herramientas, procedimientos o materiales. De todas maneras seguimos delineando figuras, cubriendo superficies con pigmentos y poniendo piedra sobre piedra y ladrillo sobre ladrillo. Es así como al ver el mismo trabajo en el cavernario, en Leonardo y en Picasso, pongamos por caso, decidimos que los tres son igualmente artistas o pintores.

Pero resulta que este mismo trabajo puede ser hecho también por una computadora, sin por esto considerarla una artista y ni siquiera un ser humano. Se nos dirá que es una máquina previamente programada por el hombre. ¡Claro que sí! Entonces lo mismo sucede con el trabajo simple del hombre: está realizado por un ser humano que programa los movimientos de sus manos mediante unos ineludibles pro-

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

cesos psíquicos y condicionamientos sociales que van cambiando con la historia. El cavernario, Leonardo y Picasso son, por consiguiente, productores de manifestaciones estéticas de diferente índole, pues sus principios, medios y fines varían de uno a otro. El cavernario, incluso, no tuvo conciencia estética ni artística, en el sentido occidental de estética y de arte. Absurdo resultará, pues, limitarse a lo visible o al trabajo simple de los actos humanos. Es indispensable tener muy en cuenta sus motivaciones y fines, porque no es humanamente lo mismo, por ejemplo, una operación quirúrgica con fines benéficos y otra, en la cárcel, con fines de tortura o de eutanasia racista; pese a ser visualmente la misma operación.

Asimismo la cultura occidental insistirá en la universalidad de los productos y sucederá algo similar: sus formatos y formas se repiten en el tiempo, pero implican diferentes modos de producción, distribución y consumo, cuyos procesos sociales y psíquicos varían con la cultura y con la época. Centrar todo en el objeto es el vicio de los idealismos objetivistas, hoy acentuado por el consumismo con su idolatrización de la mercancía. Su criterio morfológico está muy lejos del relacionista, en tanto toda realidad –sobre todo la cultural–, es un proceso y, por ende, un conjunto de relaciones cambiantes. Limitarse a los objetos implica un reduccionismo que relega las acciones humanas, cuya importancia es innegable. Además las actividades productivas, distributivas y consuntivas son inevitables en todo bien cultural, el cual mantiene forzosas relaciones con su colectividad y con los individuos; es decir, todo bien cultural hállase precedido y seguido de procesos sociales y psíquicos.En realidad, la cultura estética de Occidente fue cambiando sus principios, sus medios y sus fines; ella no sólo cambia, también lo hacen las formas de conceptuar y

de ver sus procesos sociales y psíquicos de producir, distribuir y consumir objetos, imágenes y acciones. En consecuencia, resulta imperativo diferenciar entre la conciencia que tenemos de los objetos del pasado y la conciencia del hombre que los produjo. Lo que es artístico o estético para nosotros no lo fue, necesariamente, para el hombre del pasado. Las mismas funciones pueden ser satisfechas con medios distintos; además, las funciones cambian.

Por una serie de razones que iremos presentando y fundamentando, hoy sentimos la necesidad de ver al Occidente a través de sus procesos históricos, con el fin de establecer algunas de sus etapas y su concordancia con los tres sistemas estéticos de producción que se suceden en su interior: las artesanías, las artes y los diseños. Queremos decir que esta sucesión puede establecerse y fundamentarse mediante la historia misma de Occidente, pues ella nos puede ir mostrando los cambios estéticos, así como los de Occidente mismo. Para nosotros, las artesanías gremiales, las artes y los diseños constituyen tres procesos que se imbrican; no son de relevo en donde uno reemplaza o desaloja al otro. Para mayor precisión, tales sistemas son tres fases de la metamorfosis de la cultura estética de Occidente y cada fase lleva consigo gérmenes de su propia destrucción.

El proceso de la cultura occidental, vino junto con tres más: el del capitalismo, el de su imperialismo y el de sus manifestaciones estéticas. Entre los cuatro, intervino el proceso de la primacía de la Iglesia en el poder político, económico e ideológico y su paulatino debilitamiento hasta ser reemplazado por el Estado laico. Por eso surgió primero un proceso de ritualización de las artes, seguido de otro de laicización. Esto, aparte de la tendencia natural del capitalismo de reemplazar donde y cuando pueda el trabajo simple, individual y libre por el mecánico, asalariado y al ser-

vicio de un capital, para cuyos efectos se vale de la evolución tecnológica, sobre todo de la comunicativa o productora de imágenes. En otras palabras, la cultura occidental fue impelida por sus propios intereses a generar las artesanías gremiales, las artes y los diseños, sucesivamente; estos tres sistemas estéticos fueron obedeciendo a los cambios de su realidad en torno, y conservando lo que les era útil para su primacía mundial.

A. LAS ARTESANÍAS O ARTES PRERRENACENTISTAS

El hombre inició los sistemas estéticos cuando comenzó a tomar conciencia de la belleza y fealdad, dramaticidad e imponencia de su entorno natural. Tales categorías sensitivas estuvieron estrechamente ligadas a la magia y luego a la religión. El hombre dejó de ser nómada, formó las ciudades y aparecieron las sociedades de clases, en las cuales evolucionó la religión y a su lado la cultura estética con su sistema de valores, primero. Indudablemente después desarrolló, por razones de supervivencia, de convivencia y de dominio, los sistemas especializados de producción de objetos, imágenes y acciones. Nacieron así la cestería, la cerámica, la textilería y más tarde la orfebrería. Estos sistemas de producción en serie datan de 5,000 a 4,000 a.n.e. En todas partes y culturas comenzaron a surgir estos sistemas y fueron apareciendo y consolidándose en Mesopotamia, Egipto, Grecia y Roma sucesivamente, todas estas sociedades esclavistas.

Grecia y Roma construyeron sus sistemas estéticos sobre el naturalismo y sobre la belleza, mientras las otras culturas los apuntalaban en el dramatismo de la subsistencia humana y en el horror de una naturaleza inclemente de unos dioses crueles. Así aparecieron desde temprano las dos maneras de ver el mundo: la optimista y la pesimista. También se dieron muy temprano los dos realismos: el visual o naturalismo y el conceptual. La palabra *Ars* surgió en Roma. Aquí, como en todas partes, hasta 1600 en Europa, el total de las manifestaciones estéticas giraron en torno a la religión y a sus mitos, con el fin de favorecer a la nobleza. En todas partes los sistemas de producir objetos fueron diferenciados en tecnologías y en artesanías: unas dedicadas a satisfacer necesidades materiales de nobles, pueblo y esclavos; otras destinadas al servicio de la religión y la nobleza. Tengamos presente lo siguiente: todas las religiones eran aristocráticas, pues poco tuvieron que ver con el pueblo y nada con los esclavos. Por otra parte, las funciones religiosas que parecen igualar todas las épocas y lugares muestran marcadas diferencias. En Egipto, por ejemplo, predominarán las obras funerarias, esto es, obras para no ser vistas; un concepto de arte contrario diametralmente al occidental.

La historia nos dice que la cultura estética europea comenzó a desarrollar las artesanías gremiales junto con el feudalismo. Hasta donde sabemos, sus características principales no se encuentran en otros continentes y antes hubo estéticas comunes a todas las culturas, por estar en todas partes y épocas al servicio de magias, mitos y religiones, sucesivamente. Este fenómeno sociocultural concreto y occidental de las artesanías en general, comprende las gremiales, cuyas normas contradicen los actuales conceptos occidentales de arte, el cual es libre por definición occidental. Hubo, sin embargo, la designación de artes mecánicas para diferenciarlas de las liberales. Las hoy consideradas artes se encuentran tanto entre las liberales como entre las mecánicas de entonces, con la diferencia de que en estas últimas los pintores estaban con los carpinteros y éstos producían excelentes obras de ebanistería. Se agrupaban las actividades humanas según si éstas eran intelectuales o manuales; cabe

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

destacar que las manuales eran indignas de los hombres libres. Se sabía apreciar el buen trabajo manual, pero en las monarquías se menospreciaba socialmente a quien lo ejecutaba.

Ars era una designación para todo trabajo que tenía por ideal la buena calidad del producto. Recordemos que en el siglo XVIII se diferenciaron las bellas artes (pintura, escultura, arquitectura, poesía y música) de las otras actividades y productos que venían siendo también denominadas artes, pero con la diferencia de ser mecánicas y no liberales como las bellas. Esto nos demuestra con claridad el abuso occidental de hacer pasar al arte como una facultad humana y de designar las manifestaciones estéticas de la Edad Media con el mismo vocablo que las del Renacimiento y las de la antigüedad. Esto, pese a ser indiscutible el uso del término artesanías gremiales, que emplearemos.

No pretendemos hacer de la definición histórica de lo estético una cuestión de meros términos. Nos importa establecer, entre las diferentes épocas, las igualdades y las diferencias psíquicas y sociales con sus diversas motivaciones y finalidades. Si el lector desea, puede utilizar, en lugar de artesanías, el rótulo de *artes medievales o* feudales, o bien artes precapitalistas o prerrenacentistas. Si aún quiere precisar más, le es dable aludir a las artes de las sociedades tribales, las comunales, las esclavistas, las del modo de producción asiático o las capitalistas. Lo decisivo está en ver al arte de cada época como una fase particular de todo un proceso de cambios.

En el feudalismo predominó la Iglesia católica como poder político, económico e ideológico, que popularizó sus prácticas o ritos. Es quizás la primera sociedad con una religión popular. Siervos y señores participaban en las Cruzadas, por ejemplo. No sólo esto, sino que el cristianismo devino, en manos de Occidente, un instrumento imperialista. Fue impuesto por doquier como la única verdad. Occidente buscó el dominio mediante la universalización del cristianismo, con cuyos ritos fueron incrementando sus manifestaciones estéticas o artesanas. La producción manual de objetos llegó a un auge de "manualidad" nunca antes visto. El hombre era religioso: un feligrés preocupado diariamente por el más allá, que vive enajenado de su aquí y de su ahora. Un fuerte determinismo, amigo de explicaciones metafísicas, lo encadenaba a los ritos religiosos. Las manifestaciones estéticas fueron perfilando rasgos particulares a lo largo del Bizancio y de las épocas románicas y las góticas. El sentimiento religioso veía en los espacios arquitectónicos la expresividad de la divina omnipresencia. Imperaba, si se quiere, una iconoclastía o anti-idolatría.

Los gremios comprendían un aprendizaje desde muy niños en el taller del maestro, el ascenso de aprendiz a oficial y a maestro, más el cumplimiento de normas en el uso de materiales, procedimientos y herramientas que garantizaban un buen acabado de los productos, todos destinados al consumo religioso o al señorial. Cualquier innovación estaba prohibida. Esta falta de competencia permitía el perfeccionamiento artesano, pero pronto los gremios devinieron un obstáculo para el capitalismo. Nadie podía producir pinturas o esculturas fuera de ellos. El artesano era un hombre de oficio, quien se autodenominaba por su trabajo concreto: pintor o escultor, prefiriendo muchas veces especificar si era pintor de imágenes o de cualquier otro tema. A lo sumo se decía miembro de su gremio.

En el Esquema 6 aparecen 12 características de las artesanías gremiales que, comparadas con los similares de las artes y de los diseños, nos dan cuenta de los rasgos específicos de su respectiva producción, productor, producto, distribución y consumo. Tengamos muy presente que como las artesanías constituyeron procesos, su especificidad

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

–así como sus diferencias con las artes y con los diseños–, *son estructurales,* esto es, *de conjunto*; nunca se redujeron a tal o cual propiedad o elemento.

La producción artesana era tradicionalista, dado que la religión y la nobleza no cambiaban. Por otro lado, implicaba un trabajo manual enaltecido (con menosprecio social –eso sí– del hombre que lo realizaba) y hallábase sujeto a normas y a conocimientos empíricos. El producto, predominantemente arquitectónico, escultórico y muralista, constituyó un instrumento religioso, ornamental o de utilidad práctica. No había el concepto de obra única, salvo los templos o los palacios, por razones obvias. El productor era un agremiado de formación empírica. La distribución se hacía por encargo o contrato y muy poco intervenía el comercio. El consumo, por último, se llevaba a cabo en la cotidianidad del feligrés y de los señores. Lo estético venía fusionado con lo religioso.

Las artesanías gremiales fueron desapareciendo en Europa y subsistieron hasta el siglo XVIII en países como España. Después irían desapareciendo con la industrialización. Hoy encontramos la confección de algunos de sus productos en el campo. Muy distinto fue su camino en América Latina. Aquí las artesanías principiaron a insertarse en la formación estética del mundo precolombino, con su coexistencia de múltiples modos de producir, distribuir y consumir objetos, imágenes y acciones al servicio de la teocracia, de lo mágico-religioso o de los señores. Con la Colonia se mezclaron los productos y procedimientos autóctonos con los ibéricos, y parte de los primeros fueron incrustándose en los ritos católicos impuestos; se incrustaban sigilosamente por miedo a los extirpadores de idolatrías. Se desarrolló así un catolicismo popular.

Durante la Colonia importamos de España los procedimientos de las artesanías gremiales y los fuimos aclimatando a los productos destinados a la Iglesia, a los representantes de la Corona y a la clase señorial. Todo estaba reglamentado y se producía por contrato o encargo, mientras los proveedores controlaban la calidad de los productos. Se formaron regiones artesanas en torno a una festividad religiosa, y se ahondaron las diferencias entre los talleres de la capital, los provinciales y los campesinos; entre blancos, indios y gente de diferentes castas. La platería, la arquitectura, la pintura y la escultura destacaban, y su apogeo llegó al siglo XVIII.

En aquel siglo nos llegaron las academias y las artes con su madurez europea, y principian a relegar a las artesanías gremiales que, pese a esto, se convierten en artesanías libres y mantienen su auge en la República. Es en nuestros días cuando devienen meras tecnologías o fuentes de trabajo.

Durante los años 30 de nuestro siglo XX, fueron transideologizadas. Los estados latinoamericanos necesitaban revalidar el pasado y al pueblo de sus países, y convierten las artesanías en testimonios de nuestra identidad colectiva y de la creatividad del pueblo, para terminar ornamentando nuestros hogares mesocráticos. Con el progreso iban perdiendo sus motivaciones cosmológicas.

La invasión tecnológica, a partir de 1950, empobreció el campo, y el campesino emigró a la ciudad y formó en ella los cinturones de miseria. Como resultado, desaparecieron las festividades religiosas regionales y por ende las motivaciones mágico-religiosas de las artesanías. Las auténticas, apenas si hoy subsisten en rincones apartados. Pero fuera de aquí, subsisten tan sólo sus productos y sus trabajos simples; es decir, hállanse exentos de móviles y de consumos religiosos. Han dejado de ser artesanías propiamente dichas. El consumo y la distribución de sus productos son, incluso, ajenos a las mayorías demográficas. Los controla el Estado. Su desaparición es inevitable y hoy subsisten en calidad de

Las artesanías gremiales	Las artes	Los diseños
La producción	*La producción*	*La producción*
1. Tradicionalista	1. Anti-tradicionalista	1. Funcionalismo
2. Trabajo manual enaltecido y sujeto a normas	2. Trabajo intelectual sobrevalorado y libre	2. Trabajo conceptivo o proyectual enaltecido y sujeto a prioridades económicas y tecnológicas
3. Empirismo	3. Teorización	3. Teorización
El producto	*El producto*	*El producto*
4. Medio religioso y prácticas de estructuración social	4. Profano y puro	4. Medio industrial y masivo
5. Ornamentado	5. Anti-ornamentalismo	5. Anti-ornamentalismo
6. En serie	6. Obra única	6. Serie larga y masiva
7. Predominio de la escultura, arquitectura y mural	7. Predominio de la pintura de caballete	7. Utensilios y entretenimientos
El productor	*El productor*	*El productor*
8. Agremiado	8. Libre	8. Asalariado
9. Formación empírica	9. Formación académica	9. Formación universitaria
La distribución	*La distribución*	*La distribución*
10. Por encargo y muy poco comercio	10. Predominio del comercio	10. Industrial de los productos
El consumo	*El consuimo*	*El consumo*
11. La feligresía como personaje histórico	11. Aparición y desarrollo del individuo	11. Las masas como nuevo personaje histórico
12. La cotidianidad religiosa y la estética, ambas empíricas	12. Informado y excepcionalidad de tiempo, lugar y persona	12. La cotidianidad utilitaria y la estética empírica del hombre común y corriente en su tiempo libre

ESQUEMA 6.

tecnologías en talleres empresariales, familiares e individuales. Los artesanos, en su gran mayoría, devienen asalariados.

Como conclusión, cabe señalar en nuestros países la presencia de una cultura artesana que, como parte de la cultura estética popular, consistió en un conjunto de múltiples

modos viejos y nuevos de producir, distribuir y consumir objetos o imágenes estéticas, hoy muy debilitadas y en el ocaso. A nuestras mayorías demográficas sólo les quedan los modos de producción, pues ya se les arrebató los distributivos y los consuntivos. Pero no por esto se halla debilitada la cultura estética popular, ya que ésta tiene bastante con la música, el baile y la canción para su autoexpresión. Por otra parte, durante su actual proceso de desruralización –como antesala de su proletarización–, le es posible resemantizar los mensajes masivos, con el propósito de producir nuevas tablas de valores de fácil popularización.

B. LAS ARTES RENACENTISTAS

Descaminados estaríamos si afirmamos que después de las artesanías gremiales (o artes precapitalistas) surgieron las artes (o artes capitalistas o cultas), como si viniesen de algún mundo extraño en calidad de entidades completas. En rigor, son las artesanías gremiales las que en Europa fueron generando las artes, por exigencias del momento histórico. Si se prefiere, parte de estas artesanías devinieron artes. Esto sucedió cuando algunos artesanos descontentos de los gremios, como Giotto, comenzaron a dirigir sus procedimientos manuales hacia la búsqueda de los ideales naturalistas y de belleza de Grecia y de Roma, ya desaparecidos. Los impulsaba un deseo de libertad, despertado por el modo de vida de las ciudades italianas libres, las más adelantadas entonces en relación con el feudalismo. Mucho antes en Roma, como sabemos, principió a consolidarse el cristianismo y éste inició sus artes en las catacumbas, previo rechazo de los patrones romanos a la sazón vigentes. Hasta aquí predominó una estética de lo sublime, fealdad

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

y dramatismo, opuesta a la grecorromana que luego será adoptada por Occidente con el nombre de Renacimiento.

Las artes renacentistas constituyen, pues, una fase del proceso de la cultura estética de Occidente y como tales no tuvieron principio ni tendrán fin; es decir, no nacieron por generación espontánea ni por inmaculada concepción. El hombre nace y muere también, pero por mera designación convencional, pues antes de nacer estuvo gestándose y preexistieron algunos de sus componentes en sus antepasados; cuando muere sigue viviendo algo de él en sus descendientes y obras. Se toma el Renacimiento como el nacimiento de las artes, cuyos inicios datan del año 1300 con Giotto, sin faltar los antecedentes del *duocento*. La formación de las artes tomó varios siglos, interviniendo con sus aportes varios países, mientras adoptaban las maneras italianas y abandonaban las feudales. Resultó por eso muy borroso el momento de la desaparición de las artesanías y la consecuente aparición de las artes. Las primeras continuaron subsistiendo como modos residuales hasta el siglo XVIII. Si tomamos la academia como el exponente de las artes, la veremos aparecer a mediados del siglo XVI en Italia, del XVII en Francia y del XVIII en España.

Vistas las artes desde afuera, nos es dable establecer una fase de ascenso, entre los años 1300 y 1600, durante la cual se paganizaron, sensualizaron o grecolatinizaron los temas y personajes cristianos, como una instancia de superar milenios de artesanías religiosas. El ascenso fue pronunciado hasta 1500, dado que en el *cuatrocento* se llegó rápidamente al naturalismo y a la belleza, mediante intelectualizaciones cientificistas del desarrollo de la perspectiva central y del uso artístico de la anatomía y de la geometría.

A mediados del siglo XVI nos sale al encuentro un neoplatonismo que fue debilitando lo científico y racional del arte, a medida que exaltaba las habilidades artísticas

como dones sobrenaturales o divinos. Con la Reforma (1530), la Inquisición y el Concilio de Trento (1563), las imágenes fueron perdiendo vuelo y sensualidad y se aceleró consecuentemente la laicización de las artes, que encontramos consumada en 1600, año del comienzo de su apogeo como profano, el cual duró hasta 1900.

A mediados del siglo XVIII empezó en Occidente la verdadera intelectualización o teorización de sus artes, como la única salida de su laicización y como un anuncio del arte puro (el arte por el arte) que se postuló en el siglo XIX, como una liberación de toda función extra-artística. En 1900 se inició su descenso como desarraigo social, a causa del renunciamiento a toda función social. Luego siguió su autodesintegración o intelectualización analítica (F. Menna, 1977) que no fue otra cosa que su autodestrucción. Los diseños aparecieron junto con las tecnologías comunicativas, entre ellas la fotografía. El plano semántico perdió vigencia y P. Cezanne lo abandonó para acentuar el sintáctico. Vinieron el cubismo, los abstraccionismos –los constructivismos incluidos– y contra éstos surgen varias tendencias informalistas y expresionistas.

Detrás de los procesos de los cambios artísticos, actuaban como causas:

I. La formación del capitalismo con su constante tendencia a reemplazar, donde y cuando sea posible, el trabajo individual, libre y manual, por el mecánico, asalariado y al servicio de un capital.
II. La evolución del hombre en general hacia la racionalidad, esto es, la del pensamiento mítico y empírico en su pasaje al lógico y científico, acelerando los avances tecnológicos (foto, cine y televisión).
III. Aparición y desarrollo del individuo, en reemplazo del feligrés, como el protagonista de la sociedad y de la historia.

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

IV. La lucha del Estado laico por arrebatarle a la Iglesia el poder ideológico y apartarla del político y del económico.

Para poder tener una idea clara de los constantes cambios de las artes, propios de todo proceso sociocultural, hemos de considerar sus transformaciones internas (ver Esquema 6):

A) En el producto se realizaron los siguientes pasajes: de la obra única y religiosa a la pureza artística; del predominio de la pintura de caballete al imperio de los audiovisuales (cine y televisión); de la exaltación de las bellezas naturales (naturalismo) a la autodesintegración analítica y a la pragmática, pasando por la sintáctica y la expresión individualista; de la perspectiva central al polifocalismo o informalismo compositivo. En sus formatos, los productos no cambiaron, pero sí en sus relaciones sociales, psíquicas y artísticas mismas; estas últimas porque iba cambiando el concepto de arte.

B) En la producción se va de la organización de las imágenes religiosas a las profanas, de la producción por vocación a la experimentación, a la acción científica y a la satisfacción de necesidades expresivas y autobiográficas sucesivamente. Las diferencias fueron profundas entre las épocas objetivistas y las subjetivistas, entre el individuo progresista y el individualismo narcisista.

C) En el productor, la intelectualización y formación académica se vieron opacadas por un endiosamiento del artista como innovador o creador, bohemio o subversivo. El artista ya no se consideraba hombre de oficio, sino de vocación. En sus obras no vela pinturas o esculturas, sino obras de arte y él mismo prefirió ser denominado artista.

D) En el consumo se pasó de la excepcionalidad hedonista a la conceptual, y de lo estético a lo artístico excluyente.

Estos cambios nos son difíciles de percibir sin una visión sociocultural.

E) En la distribución registramos los siguientes pasajes: de la comercialización a la industrialización; de la Iglesia al Estado de contextura civil; de la difusión de necesidades artísticas a la creación de nuevas, pasando por las politicas culturales. Estos cambios fueron más evidentes no sólo en la distribución de los productos sino, también, en los medios intelectuales de producir y consumir. La metamorfosis de las artes ofrecía en cada siglo un nuevo panorama.

Los cambios artísticos nunca cesaron y desfilaron supresiones, debilitamientos y nuevas exaltaciones. Pese a las sucesivas liberaciones del arte y los artistas, cada día perdía más vigencia la idea de autonomía del arte y se afianzaba el concepto de arte como hechura humana. Los realismos iban cambiando, mientras las acciones y los conceptos perdían aprecio y fueron sobrevalorados los objetos. En el plano mundial, las artes cesaron de generar nuevas tendencias a partir de 1968 y contribuyeron a la formación de los diseños mediante los constructivismos (1912-1930). Durante los años veinte algunos artistas se dieron cita en la Bauhaus y en el Vjutemas, para sistematizar la enseñanza superior de las artes y los diseños en conjunto.

En nuestra América resultó más corto y claro el pasaje de las artesanías gremiales a las artes, aunque nunca se consumó tal pasaje si pensamos en la pobreza de nuestros artistas en conocimientos académicos o universitarios. Su mentalidad y sensibilidad siguieron siendo artesanas. En realidad, importamos la academia y las artes cuando ya estaban consolidadas en Europa. En las postrimerías de la Colonia (1781) se fundó en México la Academia de San Carlos. Los borbones buscaban entonces el desarrollo del capitalismo, a través de reformas, tal como la abolición de los gremios. A las claras, vemos hoy cómo la academia estuvo destina-

UAM XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

da a desalojar a las artesanías gremiales del liderazgo en la cultura estética colectiva. De las artesanías se pasó a las artes y oficios (1781-1810) y de las artes y oficios a las artes (1810-1850). Los alumnos principiaban a ser de extracción social elevada y llegaron a solicitar al representante de la Corona la prohibición del trabajo a los artesanos en pintura, escultura y arquitectura y sólo lo lograron en la última.

De 1850 a 1920 las academias mantuvieron un corte neoclasicista de remedo y en contra del academismo surgieron varios movimientos; primero en Venezuela (1909) y luego en México (1911). En los años 20 se tenía ya una conciencia muy clara de identidad nacional o latinoamericana, y para eliminar los academismos se abrían tres caminos: el del indigenismo, con el muralismo a la cabeza, la única tendencia brotada en suelo latinoamericano; el de la Escuela de París con sus europeísmos, y el de la superación dialéctica de las artes internacionales propuesto por J. Torres García y anteriormente por el grupo Antropofagia del Brasil. En 1950 las artes latinoamericanas estaban bien encaminadas y habían alcanzado un buen nivel. Pero se interponen en esa época los diseños cambiando el panorama estético del mundo.

De 1950 a 1970 nos dedicamos a importar tendencias europeas y estadounidenses. Nuestros artistas resultaron buenos seguidores y algunos intervinieron en la gestación de nuevas tendencias internacionales, como R. Matta en el surrealismo y J. Soto en el cinetismo; antes, D. Rivera, J.C. Orozco y D.A. Siqueiros habían llevado el muralismo mexicano a sus mejores expresiones. Otros artistas penetraban en el substrato mítico, como W. Lam en el africano y R. Tamayo en el indígena. A partir de 1968 no hubo más tendencias que importar y nuestros artistas se replegaron a sí mismos o hacia la realidad local. Su arte comenzó a orientarse para dar

respuesta a las necesidades nacionales. En las escuelas de arte o academias se introdujeron los diseños, que hoy ocupan, del 70 al 80% ciento de los alumnos.

La cultura artística en Latinoamérica sigue siendo hasta ahora de transplante y resulta débil su nacionalidad. Pertenece a la cultura hegemónica y constituye un instrumento de occidentalización más que de nacionalización. Falta una mejor asimilación de algunos elementos de las artes occidentales, verbigracia la preparación racional de nuestros artistas y el desarrollo de las ciencias del arte o pensamiento visual, capaz de frenar los desmanes de las ideologías dominantes, de convertir en conceptos las innovaciones de nuestros artistas y de señalar lo colectivo de nuestro arte, así como la idoneidad necesaria en la producción de conocimientos de nuestras realidades estéticas y artísticas. En otro libro *(Las actividades esenciales de las artes plásticas)* hemos estudiado los pormenores de la producción y el producto, de la distribución y el consumo artísticos.

C. LOS DISEÑOS O ARTES TECNOLÓGICAS

De los diseños conocemos sus pormenores fenoménicos y procesales, iniciales y de crecimiento, mismos que nos evidencian, entre otras cosas, su dilatado transcurrir, a partir de la primera revolución industrial y a lo largo de la historia de la cultura occidental. Los diseños constituyen un proceso estético o un fenómeno sociocultural, al igual que las artes y que las artesanías gremiales, por eso los diseños entrañan un trabajo simple bien conocido: el de diseñar, en el sentido de dibujar o de proyectar. Los diseños lo entrañan en calidad de materia prima o de primordialidad, pero sin ser esto lo esencial ni lo principal de ellos. El hombre realizaba el mencionado trabajo antes de la aparición de los di-

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

seños como fenómeno sociocultural, con su tiempo y espacio determinados, pero no siempre quien hoy dibuja o proyecta es un diseñador, como no es fotógrafo profesional aquel que aprieta el botón de una cámara fotográfica o mueve la manivela de una cinematográfica. En otros idiomas existen designaciones que señalan lo estético como lo esencial de los diseños, tales como estética gráfica o tipográfica, estética industrial o de las mercancías, estética urbana o habitacional.

Oficialmente se toma 1851 como punto de partida de los diseños, por ser el año de la Primera Exposición Universal en el Palacio de Cristal de Londres. Pero los podemos retrollevar a 1750, época de la primera revolución industrial, como luego veremos. A comienzos del siglo XIX los saintsimonianos y antes los mercantilistas y los smithianos, manifestaron ya la necesidad de unir el arte con la industria y de fusionar en una sola persona al artista y al ingeniero. La fotografía apareció en 1839, pero su actual reproductibilidad data de 1851 con la introducción del papel. En la segunda mitad del siglo XIX se tomó conciencia de la fealdad de los productos industriales y de la consecuente urgencia de embellecerlos. Alemania pugnaba por arrebatarle a Inglaterra y a Francia el mercado mundial y desarrolló, para el efecto, una estética de la mercancía que cautivase al consumidor y que le sirviese de ventaja en la competencia comercial. Los recursos estéticos fueron introducidos en la producción material o, si se prefiere, en la infraestructura de la sociedad.

Las finalidades de los diseños son económicas e ideológicas, al mediar entre la producción y el consumo, como dirá Tomás Maldonado (1977). Su actividad central consiste en innovar las configuraciones de los productos industriales con el fin de embellecerlos. No desalojan, por eso, a las artes ni éstas desaparecen: las desplazan simplemente del

liderazgo estético en la cultura occidental. Se reconocen cuatro diseños: el gráfico y el industrial ocupados de las informaciones impresas y de los objetos de utilidad práctica; el urbano y el arquitectónico, dedicados a los espacios; el transitable y el habitable, respectivamente. Para nosotros no terminan aquí los diseños, porque consideramos fundamental su vinculación con la tecnología y pensamos que ésta, según J. Ellul (1967), comprende asimismo la tecnología humana, tal como la educación pública. En este sentido, existen los diseños de las informaciones icónico-verbales y de los entretenimientos audiovisuales. Ambos existen de *facto* y en algunas partes los incluyen en las ciencias de la comunicación.

Por otro lado, comprobamos que los diseñadores son, por lo regular, asalariados y requieren una educación basada en gran cantidad de información tecnológica. Sus productos son funcionales, antiornamentales y de serie larga o masiva. El trabajo de los diseñadores es el conceptivo y el proyectivo de nuevas configuraciones, previo respeto de prioridades económicas y tecnológico-industriales. Por último, la distribución de los diseños pertenece a la industria y al comercio, mientras su consumo es estético además de práctico-utilitario; propiamente el consumidor ve en el producto un valor de uso y otro estético.

La aparición y desarrollo del fenómeno de los diseños es resultado de dos procesos: el tecnológico-industrial desplegado por la cultura occidental, y el artístico, con sus constructivismos. Pero se les suma el fenómeno de las masas, como consecuencia de la industrialización, igual que el proceso artístico. El proceso tecnológico-industrial, como el nombre lo indica, comprende el desarrollo de la tecnología, por un lado, y de la industrialización, por otro. La primera es una disciplina dedicada a la invención de objetos, materiales, herramientas y procedimientos, vale decir, invención

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

de bienes de consumo y de medios de producción. La segunda involucra los procedimientos de organizar el trabajo obrero (montaje) con el fin de lograr una producción masiva barata y eficaz (Taylor, H. Ford, Batta).

Decíamos que los diseños arrancan con la primera revolución industrial. Basta una ligera mirada en la historia para convenir que a fines del siglo XVIII, por ejemplo, se hace posible la arquitectura como un diseño que reitera módulos, gracias a los avances en el transporte y en la extracción de combustible (el carbón) que permiten la fabricación masiva de ladrillos. Se suman el vidrio y el hierro. El diseño gráfico o tipográfico, pongamos por caso, surge en el siglo XIX, pero podemos seguir sus antecedentes desde la aparición de la imprenta en el XV. En este siglo el impresor sigue produciendo –igual a su antecesor el escribiente– textos, los ordena y los ornamenta. Con la llegada de las rotativas la producción de textos se torna en una cuestión de ingeniería mecánico-eléctrica. Se hace necesario entonces que alguien ordene y *estetice* los textos. Es así como el adelanto tecnológico-industrial suscita una nueva división del trabajo que separa la producción de la configuración, cada una de ellas realizada por distinta persona, previa toma de conciencia de la necesidad de embellecer las páginas de los diarios.

El proceso tecnológico-industrial pone en evidencia que los diseños han de cumplir con cuatro condiciones para existir, cada una de tiempos, modos y duraciones distintas:

1. Un avance tecnológico, capaz de suscitar una división técnica del trabajo y que aparezca una nueva especialidad o diseño. El avance puede ser la invención de procedimientos o productos, así como la transformación o abolición de algún producto o actividad.
2. Otro avance tecnológico que permita la industrialización masiva del avance anterior. Esto sucede cuando aparece la electricidad y cuando las masas exigen la producción industrial masiva, a la cual los diseños van unidos de manera inevitable.
3. La toma de conciencia de la necesidad de estetizar los productos industriales, para instituir y difundir por vez primera en la historia el concepto de objeto bello por su funcionalidad práctico-utilitaria o, lo que es lo mismo, por su elementalidad geométrica. Antes lo artístico era, por definición, lo ornamentado.
4. La sistematización del aprendizaje de las actividades del diseñador, centrada en la geometría (punto, línea y plano). Es cuando en la Bauhaus, en el Vjutemas yen el Injuk, confluyen los artistas, con el fin de promover la transformación de las artes y la consolidación de los diseños, por medio de una nueva pedagogía superior común a unas y otros.

Las dos últimas condiciones incumben directamente a los diseños, esto es, al embellecimiento de los productos industriales, tachados de feos por los románticos decimonónicos. Primero se propusieron soluciones del pasado o sea artesanos, tal como lo hizo W. Morris y más tarde el *Art Nouveau*. Si vemos bien, la toma de conciencia de la necesidad de embellecer los objetos fue contemporánea de la exaltación de la belleza, a mediados del siglo XIX. Baudelaire encabeza el culto a la belleza; son los años de *el arte por el arte*. Parte de este culto en sus aspectos formalistas fue el salto que dio P. Cezanne del plano semántico al sintáctico.

Después los constructivistas (1912-1940) –y esto según la estudiosa germano-oriental Karin Hirdina (1981)– desarrollaron la belleza de la elementaridad geométrica, en beneficio de la industria, al confundir los formatos de sus productos con los industriales. Si el montaje como táctica de producción masiva hizo tomar conciencia de la elementalidad anti-individualista, la elementalidad geométrica de los

productos del constructivismo y de la industria masiva adquirían belleza como sinónimos de pureza y universalidad, funcionalismo y anti-individualismo; este último iba contra el egoísmo selectivo del burgués decimonónico, para reemplazarlo por el individualismo masivo, mientras la funcionalidad era bella en los productos industriales y puramente artística en las obras constructivistas. Los artistas mismos (Kandinsky, Klee, Van Doesburg) colaboraron en la consolidación de los diseños, mediante lo ya dicho: la sistematización de la enseñanza superior de las artes y de los diseños, sobre las mismas bases geométricas y elementales. (Para mayores detalles sobre la aparición de los diseños, consultar nuestra obra *Introducción a la teoría de los diseños*, 1988.)

Contra los constructivismos surgen los expresionismos y los informalismos generados por el romanticismo con sus tendencias subjetivistas. En los años sesenta aparecen los no-objetualismos (ambientaciones, conceptualismos, manifestaciones corporales, videos y proyecciones múltiples) que acentúan el plano pragmático en lugar del sintáctico y del semántico. Los anima ese posmodernismo que después surgirá en la arquitectura (1972) y en los diseños (1976), en el cual debemos diferenciar sus ultramodernismos de sus antimodernismos o neoconservadurismos.

La industrialización vino a incrementar la concentración humana en las ciudades y aparecieron las masas. Aparecieron, no como asonadas que siguen instintos primarios, el borreguismo o la violencia entre ellos. Eran aglomeraciones humanas de fines comunistas. El fenómeno era nuevo. Antes de la industrialización, todo hombre tenía sus preferencias profesionales y de clase social y consumía los bienes culturales por él elegidos con buena información y sentido crítico. Luego la industrialización llevó los bienes culturales al hombre común y lo presionó para que los consumiera sin él solicitarlos ni necesitarlos. Pero como debía tomar posición ante bienes no solicitados y desconocidos, cayó él en el consumo masivo, esto es, imitó a los demás. En el capitalismo se ve hoy a las masas como un conjunto de hombres gregarios, mientras los socialistas las conceptúan como una oportunidad de despertar conciencia revolucionaria en las mayorías demográficas y mediante los diseños modelar en cada persona su individualidad, e inculcarle solidaridad social.

En la actualidad los diseños tienden a tomar el camino contrario a la elementaridad y comienzan a echar mano de la ornamentación. *El menos es más* del constructivismo deviene aburrido para la sensibilidad actual promovida por los posmodernismos. He aquí otra prueba de que el arte y lo estético no son autónomos. Las artesanías, las artes y los diseños son sistemas, pero con relativa apertura o libertad.

En los países latinoamericanos la cultura de los diseños hállase poco desarrollada. Los diseños industriales, los audiovisuales y los icónico-verbales son importados en su gran mayoría. El gráfico, el urbano y el arquitectónico, mientras tanto, son practicados localmente en su totalidad, aunque con fuertes influencias foráneas. En realidad, abundan entre nosotros los productos diseñados, sean de procedencia foránea o local, y dominan a las culturas estéticas populares. Se dirigen a la cotidianidad del hombre común y complementan o contrabalancean así la excepcionalidad de las artes. Los diseños, en rigor, son parte de nuestra actualidad y no pueden ser ignorados por los productores de arte, quienes han de saber que se dirigen a conciencias ocupadas por los diseños; es decir, las artes han de competir con los diseños y han de compartir la conciencia del hombre actual. (Para mayores detalles sobre los diseños ver nuestra obra de 1988.)

Esperamos que este rápido recorrido por los tres sistemas haya puesto en claro las ventajas que, para los estudiosos y

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

aficionados, ofrece la diferenciación de cada uno de tales sistemas como tres variantes históricas de la cultura estética de Occidente. Si esta estética universalizó sus artes con el objeto de imponerlas al mundo como las únicas válidas o las mejores, nosotros, los del Tercer Mundo, hemos de particularizar las manifestaciones estéticas concretas con el fin de poder liberarnos sensitiva y conceptualmente de las presiones estéticas de Occidente. Esto, como parte del ejercicio de nuestra soberanía conceptual, la axiológica y la teleológica. Por lo demás, diferenciar los tres sistemas estéticos de la cultura estética de Occidente implica, de hecho, responder a la realidad histórica, sin ser ésta la única ventaja.

Si bien las artesanías, las artes y los diseños se diferencian entre sí por alguno y algunos componentes, su diferenciación es estructural. Debemos insistir en esto. No en vano constituyen sistemas; sobre todo son procesos que van cambiando con la historia y por tanto son indefinibles, tan indefinibles como nosotros los hombres, pues ¿cómo definirnos cuando tentamos 2, 5, 9, 16, 25, 40 ó 60 años? Cada etapa se diferencia de las otras y hasta las contradice. Cabe definir cada una de sus fases o bien la sucesión de ellas como totalidad.

Volvamos al Esquema 5 y reflexionemos un poco sobre las posibilidades de nuestras artesanías, artes y diseños en los caminos que hoy está abriendo el posmodernismo. Las regresiones promovidas por los anti-modernismos pueden resultar muy atractivas para los latinoamericanos, porque indirectamente revalidan o actualizan a nuestras artesanías en su condición de manifestaciones de nuestro pensamiento mítico. Esto nos haría pensar que nuestros pueblos siempre fueron posmodernistas y que sin esfuerzos lo pueden ser, nuestros artistas. Sin embargo, estaríamos rivalidando los productos tan sólo como símbolos de dicho

pensamiento o, si se prefiere, como cascarones del mismo. Lo mítico verdadero se halla en la oralidad popular y no en los objetos. Sobre todo, nos encantaría ver revalidados, en nuestra pintura culta, los elementos populares y hasta el modo ingenuo de pintar de nuestros campesinos.

En nuestras artes el problema se reduce a discutir qué aspectos del posmodernismo serían importables para nosotros y cuáles debemos asimilar o superar. En primer término, nos encontramos con nuestro viejo hábito de importar la letra de los fenómenos que iban surgiendo en los países desarrollados. A nuestros artistas y críticos superficiales, les basta tomar uno de los aspectos del posmodernismo para afirmar que es fácil profesarlo con la reproducción de tal aspecto, que sus obras ya lo son o que siempre hubo posmodernistas en nuestros países. Confunden el todo con una de sus partes. Por ejemplo, ante el superrealismo ellos tomaron lo fantástico, una de sus partes, para postular que siempre lo hubo en el mundo precolombino y en las artes populares. Muy sueltos de huesos sostienen, incluso, que Diego Rivera hizo arte *pop* en su mural del Teatro Insurgentes. No se quiere aceptar que toda tendencia artística es un fenómeno sociocultural complejo, estructural y con espacios y tiempos determinados.

Algo similar sucedió hace poco con la transvanguardia, cuando artistas norteamericanos y europeos decidieron pintar mal y de modo agresivo. Su sucesión incluyó de hecho a nuestros artistas que siempre pintaron mal y desentonaron en el color. Posmodernista es ahora todo joven pintor que recurre al pasado y a lo nacional, en que ya abundaron los indigenismos. A este paso, el primer posmodernista de nuestra América va a ser aquel jefe de policía latinoamericano que construyó su "Acrópolis" para vivir. Por fortuna, el *kitsch* de la opulencia y propio del posmodernismo de Nueva York, sería demasiado ridículo en nuestros países.

Lo único que les queda a nuestros artistas es importar el espíritu posmodernista con el fin de contrarrestar los efectos nocivos del modernismo, que entre nosotros deviene un desarrollismo absorto en importar acríticamente los avances de los países ricos. Les tocaría gestar un posmodernismo propio, dentro de las funciones que deben cumplir, entre nosotros, las obras de arte, cuyos valores son funciones directas de la satisfacción de necesidades locales y de ser obras de lectura y aceptación internacionales. Las funciones cognoscitivas –las más importantes– han de hacer visibles nuestras realidades invisibles (nuestra identidad colectiva incluida) y las visibles. Luego deben abundar las funciones artísticas de ruptura de los postulados de arte vigentes, para así poder crear nuevas tendencias en suelo latinoamericano. Las funciones hedonistas han de responder a la sensibilidad local. Las hoy sobrevaloradas funciones de autoexpresión son ahora más lastres y ornamentos del hogar que liberaciones de importancia colectiva.

En la actualidad, la función cognoscitiva está mejor lograda por la novela, el cine y la televisión. Pero la artístico-visual *no* se dirige a amplios círculos demográficos, sino a grupos de productores de bienes espirituales, los únicos capaces de llevar lo cognoscitivo de las artes visuales a tales círculos. En pocas palabras, la importancia de las artes visuales ha disminuido en el campo de la cultura. No son tan importantes como creemos ni como lo fueron en pasados prefotográficos. Poco o nada tienen hoy que ver directamente con las mayorías demográficas. Las artes visuales viven hoy en su aparato institucional y no les son vitales las vinculaciones populares.

Por último, el diseño gráfico y el industrial, el arquitectónico y el urbano, no benefician en nada a tales mayorías. En cambio, los audiovisuales son decisivos para el curso de la cultura estética popular de nuestros países.

XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN

Bibliografía

Acha, J., *Ensayos y Ponencias Latinoamericanas,* Caracas, GAN, 1984.

_____, *Introducción a la Teoría de los Diseños,* México, Trillas, 1988.

Bajtin, M., *La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento,* Barcelona, Barral, 1974.

_____, *Problemas Literarios y Estéticos,* La Habana, 1986.

Bliajer, E., "El Problema del Origen del Arte en la Historia de la Estética Soviética", en *Problemas de la Teoría del Arte,* t. II, La Habana, 1980.

Benjamin, W., *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Technischen Reproduzier-barkeit,* Frankfurt/M, Suhrkamp,1963.

Benavides, Pinho di, *A Arte como Investiment Nobel,* Sao Paulo, Edisp., 1988.

Blunt, A., *La Theorie des Ats in Italia (1450-1600),* París, Juilliard, 1962.

Bürger, P., *Theorie der Avangarde,* Frankfurt/M, Suhrkamp, 1982.

Bourdieu, P., "Elementos de una Teoría de la Percepción Estética", en A. Silbermann *et al., Sociología del Arte,* Buenos Aires, Nueva Visión, 1971.

Dessoir, M., *Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft,* Sttutgart, 1923.